

علماء إجتماع الميثولوجيات و ميثولوجيات علماء الاجتماع*

ترجمة: د. نصر الدين لعباضي

معهد علوم الاعلام والاتصال - جامعة الجزائر

نستطيع أن نلوم هذا النص على جهله للفارق الدقيق الذي يميز كتابات مختلف المؤلفين في مجال الإعلام الجماهيري، ونعائيه على إغفاله للتلوينات المختلفة في التعبيرات التي يستخدمها كل واحد منهم، لكن بعد قراءة هذا النص نكتشف أن الاختلاف الظاهر في الأسلوب والتوجيهات يكاد أن يخفي هوية نفس الفكر، وأن العديد من النصوص المتعلقة بالإعلام الجماهيري الأكثر وضوحاً، والتي تعارض تحليلنا، ليست في الحقيقة سوى تحذيراً خطابياً ذا ميزة خاطئة، لذا، بدا لنا بأن

* Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron: Sociologues des mythologies et mythologies des sociologues, temps moderne, décembre 1963.

ترجمة: الدكتور نصر الدين لعباضي، أستاذ محاضر، معهد علوم الاعلام والاتصال.

الخلط والغموض اللذان يكتنفان كتابات بعضهم يقدمان المبرر الكافي للحديث عن هؤلاء الذين نسميهم في هذا النص: (الاعلاماجيون "les massmédilogues" أي هؤلاء المؤلفين - وهؤلاء فقط - الذين يشبعون حديثهم بالخطاب النبوي، حتى وأن كانوا لا يجاهرون بذلك. لا يمكن أبدا أن يستشف مما سبق ذكره، أننا ننكر إمكانية وسائل الإتصال الجديدة أن تشكل موضوعا للتحليل والدراسة العلمية، وهي بالفعل موضوعا لها، لكن يبدو ببساطة أنه حان الوقت لنبعد عن العالم العلمي الطبعة المقدسة للخطاب عن وسائل الإعلام، الذي حاول البعض إلصاقها به - خاصة في فرنسا - إنها الطبعة التي تتأرجح بين «ما يصعب إثباته» وبين ما هو «ليس خاطئا»، من البديهي أن ما نطرحه في الصفحات القادمة سيدعم بمجموعة من الوثائق والنصوص التي اتخذت من الأدبيات التي تناولت وسائل الإعلام موضوعا لها، والتي تثبت ما يذهب إليه تحليلنا (ستجدون بعضها في الهامش)، أن ما تقدمه يعرض هذه الكتابات بشكل منهجي، يصف قاموسها ويلاغتها ومنطقها، مساهما في علم الاجتماع أو في روح العصر.

(من كل الأوصاف التي أغدق بها الشعراء على الليل بسخاء لا ينضب، لا يوجد في اعتقادي أي وصف يناسبه تماما ويكون دقيقا مثل «كثيف» أو محتشد "massif" الذي أطلقه لأول مرة، إن لم تخني الذاكرة، الشاعر مالارمي في آخر بيت من قصيدته الشهيرة): «أنخاب الجنائز».

أندري بيار دو مندرغ (المقصورة الجميلة الثانية)

إنبجس الأنبياء الجدد الوافدون من مختلف مشارب العالم الفكري، مبشرين: (بالمصير المغاير للإنسان المعاصر)، و(بالنقلة) التي بواسطتها يبرز الإنسان الجديد الذي صنعتها السلطات الجديدة التي صنعها هو ذاته، الإنسان المتحول والمتبدل بتحول وسائل تعبيره، إنسان الصورة الذي حل محل إنسان الكلام، إنسان الإيقونة الذي يسكن في «الفضاء الإيقوني» أي (وسط الوجود الذي أنشأه الإعلام المرئي والمشكل بواسطته على المستوى الثابت من الواقع) (الإنسان الذي يستطيع أن يواجه المستقبل وأن يتكفل بوضعه الكوني). إنهم الأنبياء ذاتهم الذين يبشرون بنهاية النبوءات الثقافية القديمة التي سحب منها جمهورها الوفي بواسطة (تلاطم الحشود وغزو وسائل الإعلام) بقدوم (الثقافة الثالثة). إنهم يدعوننا للولوج إلى هذه الحضارة المختلفة جذريا، التي ندخلها، بشكل لاواعي وأعمى، وبدون علمنا، وكأننا نراجع إلى الخلف. فبعلامات (الضغط الكبير الذي يسبق الكارثة) يكتشفون نجاعة هذه القوة الكونية الجديدة المثلثة في وسائل الإعلام، التي تقوم بنوع من المسخ المقدس والسحري للحشود الخاضعة لفعلها الجماهيري: «التحشيد» "la massification". إن كل التحولات الناجمة عنها، والتي أدركها الكثيرون على أنها منعزلة وغير متواصلة، إبتداءا من ظاهرة «عدم التسييس» وصولا إلى تسريحة شعر الفتيات، ليست سوى أقنوما (1).

يا للمفارقة، هذه النبوة بمصير «الحشود» "les masses" لا تمس سوى المثقفين. حتى لو امتلكت هذه النبوة الخاصة بوسائل الإعلام الحنين أو الطموح للوصول إلى شريحة واسعة جدا من الناس، فإنها تدرى أن خطابها لا يستطيع الوصول إلى الذين يستعملونها (2). أصبح النقد الفكري للثقافة الفكرية، المضعف بالرؤية الساعية لجعل (الثقافة الجماهيرية) مفهومة، غير مفهوم وغير واضح لدى «الحشود» "les masses". وهل كان لوجوده أن يشكل موضع تساؤل لو لم نر، ببداهة ووضوح، أن الميثولوجية المزيلة للوهم تتيح للمثقف الفرصة السانحة ليظهر

كما هو، أي ليظهر أمام الآخرين مالكا، بحكم وظيفته، الحقيقة التي تجعلهم يقنعون بوجودهم أو فعلهم، مثل الذي يسرق من «الحشود» "les masses" جوهرها، وهو الوحيد القادر على إرجاعه لها بجلاء، ووضوح أو بتعليل (3) وبعبارة أخرى، إن المثقف عاجز على مراقبة وسائل الإعلام، وربما عاجز أيضا عن استخدامها لتضليل «الحشود»، وعاجز عن إستهلاك منتوجاتها بسذاجة، فحول «الحشود» "les masses"، ووسائل الإعلام "les mass médias" إلى مواد مستهلكة بالنسبة له، أي مواضيع للدراسة، وجعلها مثل المرأة ذات الوجهين، فأن مزبل الأوهام يستطيع أن يمنح لنفسه حذقة البهجة الباهة، بأستحواذه على الإنسان «المحتشد» "massifié" في الوقت الذي يتعري فيه، فأن الرائي يستطيع أن يحصل على الكل دفعة واحدة، بهجة التلذذ بالنيابة، وبهجة التنديد بها، والبهجة المختلطة التي تصنع الشبق الفريسي (نسبة إلى طائفة يهودية - المترجم).

لقد سعى المثقف ليفهمه الغير بدون جدوى، ولم يكشف أبدا عن طبيعته الحقيقية، وعندما «يحتشد» "se massifie"، للحديث عن «الإحتشاد» "la massification" فسيكون في نفس وضع الذئب الذي يتحول إلى خروف أو راعي غنم ليأكل قطيعه. فالتفهم ليس سوى شفقة عابرة، تأتي دائما في اللحظة التي يتحول فيها نديم اللذة إلى واعظ أو داعية متشدد. فالنبي استطاع أن يمدح أحيانا وذلك حتى يجلد بشكل أقوى. كتب «كلود بريموند» "Claude Brémont" أن «إدغار موران» "Edgar Morin" يلقي المسؤولية بشدة على كاهل دعاة الأخلاق الكنسيين الآتين من الثقافة الأخرى، لكن لا يكفي التنديد بهم لتبرئة الثقافة الجماهيرية، (إن الثقافات السالفة كانت تخدع الإنسان فتعده بالخلود وعودا واهية. لقد كانت هذه الثقافات تساعد الإنسان ليكذب عن نفسه) (4) إبتسار المصير النهائي أو الحكم الأخير في الحدود غير الثابتة بين مبحث الوجود ومبحث القيم، وعلى حافة

هاوية العدم التي يتهاوى فيها السمو والعظمة) (5)، كلها عبارة عن نغمة النبوءة دائما.

(إن متافيزيقي «تلون» "tlon" لا يبحثون عن الحقيقة ولا حتى على شبه الحقيقة: إنهم يبحثون عن الإندهاش. إنهم يعتقدون أن الميتافيزيقيا هي فرع من الأدب الخيالي. إنهم يعرفون أن النظام ليس أي شيء سوى تبعية كل جوانب الكون إلى أحدهما).

Jorge Luis Borges: (fictions, tlon uqbar orbis tertius)

إن حصافة التمييز تنبذ الفكر ذا النزعة التنبؤية، فعلم وسائل الإعلام "la massmédialogie" يتحدث عن وسائل الإعلام وكأنها روح القدس، فهذا الحديث العام يحمل في طياته مضغفات النجاعة الخاصة التي يعتقد أنه يتضمنها. نقتبس من البلاغة المقدسة الشكل الأكثر قوة في الخطاب الأجوف، فالتسمية الفضفاضة والمخيفة: (وسائل الإتصال الجماهيري)، والتي تختصر لدى بعض المطلعين بـ (c.d.m.) تقترح أشياء بديهية وواضحة، ترفض الموقف التحليلي. النجاعة الرهيبة لهذا الاسم (وسائل الإتصال الجماهيري) تجبر، بشكل لا رجعة فيه، الأفراد المحتشدين "massifié" على التلقي (الإستقبال) الجماهيري الساكن والسلبى والهادئ للرسائل التي يجب تصديقها (6) تستطيع وسائل الإتصال أن تنقل الرسائل المختلفة، وتلقى جمهورا متباينا يستقبلها، فالإعلاميون "les massmé-diologues"، الذين يلعبون بتأثير الدائرة الضوئية، يكتفون ببعث النموذج الفكري لتأثير الصورة الإشهارية، كل علم إجتماع يريد إقحام تقييم متواضع للظاهرة

الإعلامية باختلافاتها الطفيفة ويحدودها، يرفض مسبقا العلم البيروقراطي الذي يهتم بحرفية المجتمع أكثر من إهتمامه بروح العصر.

حتى نعفى أنفسنا من المهمة الصغيرة و«الوضيعة»، والمتمثلة في التمييز بين السلطات، والمحتويات والجمهور في كل نظام من أنظمة التوزيع والبت الإعلامي (7) رغم المجازفة بجعلها نسبية، وللد الحاسم على التساؤلات الفجة، نشخذ مفاهيم غامضة لنقضي بها على الاختلافات. عوضا عن تحديد الوسائل الخاصة والتميزة الحاملة للثقافية، نضع فكرة مطلقة ووحيدة من نوعها عن النجاعة الجماهيرية. وهكذا تنظلي الحيلة، فالكائنات الخاصة المحددة في مشاركتها في النوع الأعلى وبواسطتها، تستفيد ضمنا من كل خصائص النوع. فكل واحد يلم ويضع على عاتقه كل فضائل أو جرائم الآخرين (8) إن المبدأ الذي ينص على مثل هذا الخلط، أو هذه العدوى السحرية، يمكن أن يفسر كما يلي: كل من يشترك في نوع ما فإنه يمتلك كل خصائصه، وحتى يشترك في هذا النوع يجب إمتلاك خاصيته، طبعاً، إذا تم التوصل إلى الإمتلاك الفعلي لإمكانية التوزيع والبت الإعلامي والثقافي المتمتع بكل السلطات السحرية التي نسبها لوسائل الإعلام كل مرة بجرة قلم، فإن وسائل الإعلام الجماهيري ستكون السلاح البسيكولوجي المطلق الذي لا يمكن للباحثين في وسائل الإعلام سوى الحلم به فقط... وسيلة الإعلام التي تمزج فضائل مختلف وسائل الإتصال الخاصة وتتجه في كل لحظة وفي أي مكان، وبدون تمييز، للجميع المجرى، للأشخاص المحتشدين والوحدانيين المفتونين بالإغراء (الكوني) للصور الصادمة، والأصوات الإستحواذية، والمثيولوجيا الساحرة. إن هذه الوسيلة الإعلامية تشبه النملة التي يزيد طولها عن ثمانية عشرة متراً وترتدي قبة، إنها غير موجودة أصلاً (9) لكن الحيوان الذي يجمع في ذاته الحرباء وحصان البحر والفيل أنجبه الخيال وسر الخيال. بالفعل، حتى نجعل الرؤية الجهنمية للحشود معقولة، يجب أن نمنح أنفسنا

الآلة التي تصنع الحشود، وهي العملية التي لا تنجح، بالطبع، في خيال المثقف، الكاتب، والقارئ سوى لأنه يصنع الآلة التي تصنع الحشود إنطلاقاً من الصورة - الجذابة والمنفرة - للحشود المصنعة. ولهذا الغرض، يجب الإستعانة، مرة أخرى، بمبدأ العدوى: كل الأشخاص المتشابهين في بعض الجوانب هم متشابهون في كل الجوانب، وكل الأشخاص الذين يملكون التلفزة لا يبقوا أشخاصاً حقيقيين، أي مختلفين، بل يصبحون (مشاهدي التلفزة) "les télévisionnaires" بدون ملامح، وهذا ما يسمح بانتشار الخطاب المقدس عن الحشود المحتشدة (10) في سماء الأنترولوجيا).

لكن ماذا نقصد بمفهوم «الحشد» الأكثر إحتشاداً؟ وهل نقصد به (وسائل الإتصال الجماهيري) وسائل البث والتوزيع التي تكون خاصيتها الأساسية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور؟ الأمر بسيط إذا، فالأعجوبة التي خامرت الثقافة المعاصرة تندثر ببساطة، فالكتاب يبقى «وسيلة الإتصال الجماهيري» المتميزة، وهو ليس بالبورجوازي أو الحصص السمعية والسمعية - البصرية التي لقيت ما لقيه الإنجيل أو البيان الشيوعي من إقبال. هل المقصود هو الوصول جماهيرياً وبإستمرار إلى (الحشد الكبير)؟ فالمدرسة التي نبرزها كمؤسسة تخالف وسائل الإعلام هي التي تستطيع وحدها أن تتباهى (بفعلها الجماهيري) الحقيقي لأنها تستطيع بمفردها أن تكرر رسالتها بألحاح، والأكثر من هذا، أنها تتمتع بمقدرة على الإكراه والتدريب. فهل يجب أن يكون مفهوم (الحشد) مثل الدمية الروسية التي تكشف عن منابع لا تنضب من المضاعفة الداخلية. ما نبرزه ليس البعد الإستثنائي للبث والتوزيع - الذي يمكن أن يقاس بساعات الإستماع أو المشاهدة أو بعدد الأجهزة التي بيعت - وإنما طبيعة (الثقافة) التي تبشها: يقال عن وسائل إتصال أنها (جماهيرية) لكونها تنقل جماهيرياً (ثقافة جماهيرية). لكن ماذا نعني (بثقافة جماهيرية) إذا لم نكتف بتعريفها بأنها مجموعة الرسائل التي تبث

بواسطة (وسائل الإتصال الجماهيري). هل تعني ثقافة (الجماهير)، أي نظام المعرفة والسلوك الذي نعثر عليه لدى (الجماهير)، والتي تعارض إذا النخبة التي استفادت من الثقافة المدرسية؟ الإجابة بنعم على هذا السؤال هو الإقرار بأن وسائل الإعلام تعطي «للحشود» ما تملكه سابقا، وهكذا يختفي لغز «عملية الإحتشاد» (11) "la massification" ويهرقطة تصبح (الثقافة الجماهيرية) في ذات الوقت ما يمكن أن يرجع للجماهير من ثقافة بفعل وسائل الإعلام الجماهيري. ففي هذه الدائرة المعممة والمنطقية نستخرج في كل نقطة من نقاطها ما نشاء من الدوائر: إن الحشود ليست حشودا إلا لكونها تتشكل من متلقين محتشدين لثقافة جماهيرية موزعة جماهيريا (12) منطق هذا الحديث يحرم «الاعلاماجيون» "les mass médiologues" من حجز المصطلحات الثلاثة التالية: الحشود "les mass- es"، ووسائل الإتصال الجماهيري "les mass média"، والتحشيد "la massification" وجعلها مستقرة ساعة تعريفها. لدينا ثلاثة مفاهيم ويدان، فلم يبق أمامنا سوى القيام بأعمال بهلوانية بالمفاهيم الثلاثة المذكورة أعلاه نقدفها بيد ونتلقاها بأخرى.

إن هذا التعريف المعمم يكشف عن متناقضاته، عندما يتطلب الأمر أن نحصى بدقة ما هي وسائل الإتصال الجماهيري: ساعتها نتردد في الأخذ بأحد المعيارين، وهما: مدى البث أو التوزيع الخاص بالوسيلة، ونوعية المحتوى الذي تنقله أو تبثه.

هل يمكن الأخذ بعين الإعتبار رقم سحب كتاب (أو نوعية من الكتب) فقط لنقرر بأنه ينتمي إلى وسائل الإتصال الجماهيري؟ يبدو أن «الاعلاماجيون» "les mass médiologues" لم يحسموا هذه المسألة، لأنهم يصنفون المؤلفات والأنواع، مثل: (الرواية الشعبية) "le roman populaire" و(الأغاني الخفيفة) "la chan-

"sonnette" ضمن هذه الوسائل ويقصون منها الأعمال الأدبية أو الموسيقية الرفيعة أو نصف الرفيعة، التي شهدت هي الأخرى توزيعاً (جماهيريًا) بواسطة الأسطوانة الغنائية أو الطبعات «الرخيصة». إذا التعريف الكامل لوسيلة الإتصال الجماهيري (الضمني دائماً) يفترض، بالإضافة إلى (التوزيع أو البث الجماهيري)، «النوعية الجماهيرية» للمنتج الموزع أو المذاع. بينما أرثوذكسية علم وسائل الإعلام "massmédilogique" تريد أن تكون «النوعية الجماهيرية» خلاصة مستنبطة مسبقاً، إنطلاقاً من المفهوم الخالص (لإنتاج الجماهيري)، «فالإعلامي» يرغم في كل مرة ينزل فيها إلى ميدان التجربة، على إعادة إلصاق بعض الخصائص الغريبة بالمفهوم، مثل (الرفيعة) أو (الجماهيرية)، الذي يقر بأنها خاصة موضوعية في بعض الأعمال الثقافية. إن علم وسائل الإعلام "la massmédilogie" ليس بعلم الاجتماع لأنه يحتفظ بحنين الإستنباط المسبق عندما يجد فحص التجربة فقط، وليس بالنظرية الصافية لأنه يترك الحدث الخام يتدخل حيثما يتطلب الإستنباط، إنه ميتافيزيقياً - بالمعنى الكانطي -.

إذا كان علم وسائل الإعلام لم يحقق طموحاته التي أعلن عنها، فإنه على الأقل بلغ الغاية التي لم يفصح عنها، والتي خانتها كل مساعيه، والمتمثلة في التملص من الأسئلة المباشرة والبسيطة التي تضع رجوده موضع التساؤل. ألا «تخترق» كل وسيلة إتصال (الحشد) من الداخل لتصل إلى المجموعات التي تشكل جمهوراً في لحظة ما؟ ألا تتعدى صحة هذا القول وسيلة الإتصال ليصل إلى المضمون الذي تنقله الوسيلة ابتداءً من المسرح المتلفز، على سبيل المثال، وصولاً إلى حصص الألعاب المتلفزة المسماة «ما بين المدن» "inter-villes".

هذا الجمهور، الزائل بسرعة والرجراج، المتداخل مع غيره، والمثبط عزيمة كل تحليل ودراسة، ألا يلتقي جزئياً أو كلياً مع الفئات الاجتماعية الفعلية؟ وإذا كان

الأمر غير ذلك، هل يجب أن نستخلص بدون دراسة أخرى بأن هذه الفئات سائرة في طريق الإضمحلال والاندماج، أو يجب تبني منهجا معاكسا والإنطلاق كعالم الاجتماع من الفئات الاجتماعية وصولا إلى نظم الاستهلاك الثقافي التي تميزها وليس من وسائل الإتصال وصولا إلى (جمهورها)؟ لكن ما هو الشيء الذي يصنع الاختلاف بين مشاهدة برنامج تلفزيوني والحضور لعرض مسرحي أو لحظة غنائية أو الحضور في تجمع، إذا كانت هذه الأنماط المختلفة من الإتصال تتعارض فيما بينها بطرق شتى وفي عدة جوانب؟ لكن ألا تتعارض فيما بينها أيضا في جوانب أخرى، وبشكل كلي، مع مجمل العلاقات الشخصية بوسائل الإتصال الشخصية، مثل الثثرة في الشوارع القديمة، وفوق سطوح المقاهي، والهذر في الأمسيات (13). فبالى أي مدى (يجب قياسه) يتوقف الاختلاف في العلاقات العديدة بين المرسل والمتلقي، أو أنها تتوقف على النوعية الخاصة التي تميز مادة الإتصال: أشكالها، ومحتواها؟ إذا كانت تجارب من يرسل ومن يستقبل بمفرده أو وسط جماعة رسالة فردية أو رسالة جماعية، تختلف جوهريا، يجب أن نعرف في ماذا يتمثل هذا الاختلاف، ولماذا، ويجب أن نحدد على وجه الخصوص إنطلاقا من أي عدد من المستقبلين (حسب نوع العلاقة التي يقيمها) نغير إجراءات هذه التجارب. إن الاختلاف لا يمكن في بنية الفئة التي يتم فيها إستقبال أو إستلام الرسالة؟ نشاهد التلفزة في بيتنا مع العائلة، نذهب لمشاهدة عرض مسرحي، أو لحضور حفلة موسيقية، نشارك في تجمع سياسي، نحضر حفلا، أو نشاهد فيلما في قاعة السينما، أو مباراة رياضية. ومن جهة أخرى إلى ماذا يعود هذا النوع من الإعتماد والإنخراط الذي تثيره وسائل الإتصال المختلفة، إنطلاقا من العلاقة شبه وجه لوجه التي تقام في المحاضرات وفي المسرح وفي التجمعات وصولا إلى الإتصال المباشر (وجها لوجه) الخاطي، بفضل الإلغاء التقني للفضاء والزمن في السينما والإذاعة أو التلفزيون؟

هل أن الإهتمام والجدية البينة، الإيمان والتواؤم يختلفون من مستمعي الإذاعة، إلى مشاهدي السينما، أو الحاضرين في التجمع، مروراً بقراء الصحيفة أو قراء الشاعر الفرنسي جون راسين، أو قراء المجلات؟ لماذا نمنح، على سبيل المثال، الإتصال المباشر (وجها لوجه) الخاطي الذي تقيمه التلفزة سلطة الإقناع التي لا تضاهيها أية سلطة (بشكل مسبق وبدون أية تجربة)، وننظر بجهل النجاعة المعروفة جيداً عن الحضور الفعلي والجسماني للمتصل؟ ثم أن الجريدة ليست الكتاب، وكتاب «سلسلة الجيب» غير الكتاب ذو السعر المرتفع، وهو غير الكتاب الذي فاز بجائزة «غونكور» الفرنسية. والجريدة الصباحية هي غير الجريدة المسائية، وجريدة "le monde" غير جريدة "France-soir" وهذه الأخيرة غير جريدة "France-dimanche" (14). والأكثر من هذا أن الإهتمام الذي نوليهِ للجريدة يختلف باختلاف الصفحات التي نقرأها: صفحة الرياضة، الإعلانات المبوبة، سرد أحداث آخر الفضائح، الشريط المرسوم "la bande dessinée" أو الإفتتاحية. توجد آلاف الطرق للقراءة، وللاستماع، وللمشاهدة. لماذا نريد تحديد «تأثير» وسائل الإعلام بالقياس البيروقراطي والغريب، والمتمثل في كمية الإعلام المرسل أو تحليل (بنية) الرسالة. نستطيع بالطبع أن نقيس عدد الأبناط وأحجامها، أو المواقع التي احتلتها العناوين في الصفحة، والأهمية التي أوليت لهذا الحدث أو ذاك. لكن هل لنا الحق أن نستنتج منها بأن القارئ أولى لهذا الخبر أهمية تتناسب والميلتر مربع الذي احتلته في الجريدة؟

هل يجب أن نذكر أن المعنى لا يوجد حرفياً في الشيء المقروء. لكنه يكمن في إجراءات الوعي القصدي الذي يشكله؟ ربما تحمل القراءة السطحية في طياتها ما يشفع لها. والاستماع الساهي يحول حديث المنشط الإذاعي إلى مجرد ضجيج يمكن قياسه بالدسبل (وحدة قياس الصوت).

ولماذا نتجاهل التحصينات التي تتحصن بها الحشود ضد ما تفيض به وسائل الإعلام من رسائل؟ إن السحر الذي تمارسه التلفزة أصبح فكرة مبتذلة تتداول في المحادثات الشعبية أو البرجوازية الصغيرة، وهو لا يختلف عن السحر الآخر الذي لا يقل نجاعة، إنه سحر خطاب المثقفين. ألا نصل إلى الإستنتاج الذي مفاده أن وسيلة الإعلام الجماهيري الأكثر رواجاً تزيل الهالة القدسية على وسيلة الإعلام الجماهيري التي وجدت من قبلها؟

إن السيد «ب. دنيوس» P. Daninos ليس بعالم إجتماع سيء عندما لاحظ أن (الناس يتحدثون أكثر فأكثر في قاعات السينما أثناء عرض الفيلم، وهذا مزعج كثيراً، لكن الخطأ يعود للتلفزة. لأن الناس إعتادوا الحديث وهم يشاهدون شاشتهم الصغيرة حتى أصبحوا لا يفرقون بين الشاشتين الصغيرة والكبيرة (15) وأخيراً لماذا تمتلك رسالة وسائل الإعلام، في جوهرها، الفضل المفرط في خداع تحصينات الشخص الذي تغزوه (16) لماذا تقود مغالاة الصورة والصوت، التي هي مخدرات قوية دائماً ومتبلة، الروح العصرية إلى نهضة سحرية (17) بالذهول والفرع؟ هنا يكمن خيال السحرة الذين يغتبطون بنسيانهم أننا لا نستطيع أن نهدي دون أن يكون هناك تضليل، أي أنه لا هداية دون أن يسبقها ضلال.

لكن المثقفون لا يؤمنون بصعوبة التحصينات التي يتحصن بها الفرد، أي أنهم لا يؤمنون بحرية الآخرين، لأنهم استملكون الإحتكار المحترف لحرية الفكر. عندما يكون التعاطف مع هذا الإيمان غير مؤسس، لا تقوده ولا تراقبه معرفة موضوعه معرفة علمية، فالنية المؤكدة والنزهة في الكف عن إحداث التعارض بين تسليية النخبة وترفيه عامة الناس تنتهي إلى حدوث الخلط بين ما هو إيجابي وسلبى. هذا الخلط الذي لا يستطيع أن يظهر على حقيقته: ففي اللحظة التي نعتقد أننا نولي له كل الإحترام نسقط تحت وطأة الإحتقار الأكثر مكرًا (18) للتأكيد على جدية

إنسانيته، نعتقد أننا ملزمون بأخذ بجدية ما تراه إنسانية كبار الموظفين تافها، بدون أن نرى أنه للأخذ بجِد - وتارة بمأساة - قراءة المجلات، يجب أن نكف عن الأخذ مأخذ جد قراء المجلات، عندما يقولون أننا نولي لهم قليل من الجدية. لماذا نجهل فعلا أنهم يؤمنون بدون شك بالمشيولوجيا، العزيزة على علماء الاجتماع المشيولوجين، بشكل أقل مما يؤمن بها المثقفون، الذين هم دائما بحاجة إلى المخدوعين أو الموهمين حتى يظهروا كأنهم مزيلوا الوهم. لكن المثقفين يصوغون الشعب حسب أهوائهم، أي حسب الصورة التي يملكونها عنه. للتفكير في التنديد بدناءة إغراء الأعمال الثقافية الساقطة، وللالتزام بالتسامح المقصود من خلال تكرار الفكرة التي تكشف مزاياها أو التي تشرع في تمجيد ما يحتقره أمثالهم، يجب على المثقفين أن يعطوا (للحشود) ضعف شهيتهم، وضعف أعصابهم، وضعفهم أمام الشبق، أي بصفة عامة أن يعطوا لها كل الموقف الثقافي أمام المخيال(19). عندما يشتكي «تولان» * "Tolain" من أضرار ما نسميه اليوم (الأدب الجماهيري) أثناء الأمبراطورية الثانية (أمبراطورية نابليون)، فإنه يعرف على الأقل، وهو غير المثقف، بأن الشعب له شهية جيدة للقراءة، حيث كتب يقول: (لقد تأملت منذ مدة، بعين حائرة، الشراة في إستهلاك الأدب في الوقت الذي أفسدت الرواية الشعبية الذوق وهدمته. فالشعب يملك معدة هاضمة للأدب. فبنيتة القوية تساوي نهمة الذي لا يشبع: الوحش يبتلع دائما لكنه يهضم)(20). حتى نفهم ما يميز المثقف أمام الأعمال الثقافية، يجب تذكر هذه الصورة المكبرة

(*) - يقصد به هنري لويس تولان، وهو نقابي ورجل سياسي فرنسي (1828-1897) اشتهر بمقاله الذي يطالب به بحرية التعبير للعمال. قاد أول مكتب باريسي للمنظمة الدولية للعمال في 1864 - المترجم.

والمستحيلة للمثقف التام والكامل التي يقترحها «دونكشوت» "Don quichote" عندما يقوم بأسم الدور الأدبي بتدنيس عرائس أرجوز السيد «بيار»:

(أؤكد لكم يا سادتي الذين تسمعونني، أنه بدا لي فعلا، ويكل صدق، بأن ما يجري هنا، قد جرى بحذافره، وبأن مليسندر «كان» «مليسندر» و«دون غيفروس» هو «دون غيفروس»، و«مرسيليو» هو «مرسيليو» و«شالمان» هو «شالمان» لهذا السبب غمرني الغضب، وحتى أقوم بواجباتي كفارس تائه، أردت أن أساعد الهاربين وأقدم لهم معروفا. لتحقيق هذا القصد النبيل قمت بما رأيتم) (21). لكن عندما يبدي «دون كيشوت»، الذي انغمس في اللعب إعتراضات حمقاء وغريبة على سذاجة الإستعراض واللعب، يقوم بتوقيف تسلية الغير بأعتدائه الوهمي الصاحب، أنه يظهر مثل المجنون الذي لا يفهم في سرعة تصديقه وفي جحوده، أمام عيون الناس الطيبين، غير المغفلين، لكنهم يظنوا (مشدوهين أمام الذي يفسر العجائب) (22).

عندما لانعرف حقيقة شيء ما، فمن الأحسن أن يكون هناك خطأ مشترك يثبت فكر الناس، مثل القمر الذي ننسب له تغيير الفصول، وتطور الأمراض، إذ أن المرض الأساسي لدى الإنسان هو الفضول المقلق إزاء الأشياء التي لا يعرفها. فأحسن له أن يكون على خطأ من هذا الفضول التافه (Pascal) (pensées, 1, 18)

لكن لماذا يشير الخطاب عن وسائل الإعلام الوهم بالبداهة؟ وما هي مبادئ سلطته الإقناعية وتفسيره ذو المردودية العالية؟ إن الأدبيات المخصصة للتضايق والتملل من الحضارة الصناعية، ومن وسائل الإتصال والترفيه (الجماهيري)،

وبإختصار، يبدو أن هالة (الحداثة) التي تطرح كمسألة أبدية ترجع لما تثيره من تجارب مألوفة، مثل إكتظاظ إحدى ساحات باريس بطواير السيارات على الساعة السادسة بعد الزوال، وإكتظاظ القطارات في أول يوم من شهر أوت، ومأدويات العشاء التي يتوقف فيها الحديث لمشاهدة التلفزة، هذه التجارب التي تستخدم كواسطة لتحقيق نصف الفهم بالتماثل (23) حقيقة، رغم أن لعلم وسائل الإعلام "la massmédilogie" قصد آخر، إلا أنه يحول الأفكار المسلم بها والمألوفة التي تتداولها الثرثرة اليومية عن شجون العصر، إلى صيغ علمية ذات مستوى رفيع، الثرثرة التي تتظاهر بما هي عليه فتفضحها بجدية مظاهرها الجادة: (إن الأزمنة صعبة لكنها عصرية، والأزمنة عصرية لكنها صعبة)، وإذا لم يكن (الخطأ بسبب القنبلة النووية) (فإنه بسبب التلفزة) (24). هذه ليست سوى كلمات، لكننا نعرف على الأقل، بدون أن نقع تحت تبعية هذه الثرثرة، بأن تحميل المسؤولية التهكمي لسطحيتها المفروضة، هو تحميلها لهذه الجوقة ... التي لا يملك كل واحد منها سوى جزءا من نصف الحقيقة.

إذا، إن الخطاب عن وسائل الإعلام، في شكله الشعبي كما في شكله الراقى، يستغني عن البرهنة وينفلت من الدحض، فإذا لم يكن موضع تصديق أو لا يعترضه سوء الفهم، وإذا رأى أن الظواهر الاجتماعية الأكثر تنوعا، على صواب، بدءا بالليلة الخالدة لدى الأمة إلى نزوح الفلاحين الشباب، فلأن هذا الخطاب يخضع إلى منطق السحر. إن هذا الخطاب يقنع لأنه عبارة عن تتالي للعلامات الخالية من المعنى والجاهزة لاستقبال كل الدلالات، ويستطيع أن ينقذ بأقل كلفة من صمت الذهول أمام ما لا يمكن شرحه. هكذا، يكرر على مسامعنا «الشابة المعاصرة» البطلة العزيزة على قلب الشاعر هزيود "hésiode" (*) «لآلهة الأولمب الجديدة»

(*) - شاعر يوناني ولد في منتصف القرن الثامن قبل الميلاد. من أشعاره: (الأعمال) و(الأيام) التي يصف فيها الأعمال الفلاحية، وقد عرض بعض الأعمال المتعلقة بوجود الآلهة وأصل الكون - المترجم.

أوروبا (*) التي إختطفها ثور الخطاب الإعلامى لمغامرة ملكية أومقدسة. أخفينا بقفزة بهلوانية الأساسى: الهذيان الهوليودي..... التقمص بالثياب أو بمستحضرات التجميل، وكل أشكال البوفارية (**)(bovarysme التي تكاد أن تكون معاصرة، والتي ليست سوى العلامات الخارجية للتغيير الهام بشكل مغاير (25) إننا نجدها من المعنى والوجود إذا سلخناها عن شروط وجودها بحجة تشكيلها كمنظومات مستقلة من الدلالات. لكن المفاهيم الشمولية «للإعلاميين» تجبر على الإستدلال المغلوطة.... إن ميزة شرح قوة وسائل الإعلام تكمن في كونها تجنح لتغذى من ذاتها، فكل إستخدام جديد يستفيد من صدق الإستخدامات السالفة. لا تختلف طريقة التحليل (حتى يثبت العكس)، عندما نفسر رطوبة الطقس في الصيف بالقنبلة النووية، وعندما ننسب فظاظة تفريغ القرى من سكانها، أو بروز النزوات الكامنة وراء تسريحة شعر الإناث، أو ملل التلاميذ من مقاعد الدراسة، أو لامبالاة (الحشود) بما يجري في حرب الجزائر (26).

أخيرا، استطاع هذا الخطاب «المقدس» بالتلميح أو الإختصار، امتلاك كل إمتيازات العصرية: يشرح الظواهر التي تبدو أنها خالية من السوابق التاريخية بسبب لا يضاهاها أي شيء في التاريخ، خاصة وأن الخطاب عن وسائل الإعلام إسم فاعل في الجو العلمى يملك معايير تصديقه، وسائل الإعلام، قوة معاصرة خارقة للعادة، حاملة سحر الحضارة التي تكون فيها العلوم قادرة على منح، لأكثر

(*) - Europe وتعني في الميثولوجيا اليونانية محبوبة زوس الميته. فهذا الأخير يمسح إلى ثور أبيض ويختطفها إلى جزيرة يونانية، وتصبح أما لمينوس - المترجم.

(**) - نسبة إلى بطل رواية فلوير (مدام بوفاري) ويطلق على السلوك المنسل في الهروب أثناء الحلم من الأشياء التي لم تشبع أو تتجسد في الواقع - المترجم.

الناس جهلاً، القناعة بوجود التفسير المناسب لهذه الظواهر، وتجاوز في نفس الوقت بأن تحاط بسحابة من السحر أمام نظر الذين لا علاقة لهم بالعقلانية العلمية سوى بآنتداب (27) وهل أن نبي المصائب لا يتلقى أية صعوبة لتهديد أفواج من الناس غير الواعية بالبلاء الذي تجلبه لأن من تعاستها أنها لم تدركه (28).

إن هذا النبي القابع في نظام العقلانية الواهمة يستطيع أن يعلن بأن (الزمن قد حان)، ويعلن عن حدوث التغيرات التي لا مثيل لها، فالإنسان الناطق يتحول إلى الإنسان الضاحك (29) لقد كان الأمر دائماً هكذا، حيث لا يوجد ما هو أسهل من إقناع الناس بأنهم يعيشون أزمة لا مثيل لها. إن وهم عبارة «لم نشهد لها مثيلاً»، و«لم تحدث عبر كل العصور والأزمنة» يضفي نبلاً على التجربة الجماعية بمنحها مذاق المأساة. يجب أن يدهش المؤرخ الإندهاش العصري من العالم العصري. لقد رأى المؤرخ «أرنست رينو» "Ernest Renan" في الضرورة التي تختصر طبقات الدنيا في التلذذ بتلذذ الآخرين إحدى خصائص المجتمعات التقليدية ذات النظام التراتبي المتشدد (30).

فما يبدو لنا هنا ساذجاً جداً إذا نظرنا إليه من زاوية الماضي، يستطيع أن يحث على التساؤل هل الناس يقنعون بهذه الملذات التي يتحصلوا عليها بالنيابة، والتي يرى فيها الإعلاميون، وكم هم ساذجون، سمة خاصة بالعصر الميثولوجي (31).

من المحتمل أن رسالة وسائل الإعلام أتت لتلبية التطلع لعدالة الله الاجتماعية في وقت كفت فيه الرسائل التقليدية عن تلبية هذا التطلع. تفرعت العلوم على

(*) - كاتب ومؤرخ فرنسي (1823-1892) درس اللغات السامية وتاريخ الأديان، من مؤلفاته: «مستقبل العلم» في 1890 - المترجم.

نفس منوال آلهة الأديان إلى قوى النور وقوى الظلام. إن سلطة وسائل الإعلام تنتمي إلى هذه القوى الأخيرة، وتمثل حقيقة خارجية وأسمى من التجربة، لتكون في منأى عن كل تنفيذ لها مبني على التجربة، وتمثل أيضا حقيقة ذات نجاعة في الإشارة إلى كل ما هو ليس على ما يرام في التجربة. لقد كانت هذه السلطة مختارة للقيام بدور إله الشر أو شيطان غير متوقع.

بتسجيل المواضيع المعاصرة التي أصبحت بمثابة التقلعة، يستطيع الأنبياء الجدد أن يقنعوا، بأنهم يستحضروا، كما تستحضر الأرواح بالسحر، التجارب الابتدائية (إنسان الشارع) أو بالأحرى، الصورة التي يضعها (رجل الشارع) إذا وجد، عن (رجل الشارع) (32) إن رجل وسائل الإعلام "Thommo mass mediaticus" ممثل ثانوي غير مرئي وضروري لمعالجة الخطاب عن وسائل الإعلام، مدان لوسائل الإعلام الجماهيري التي من المفترض أن تحاصر الكون، فهو مدان لها لكونه محاصر كونيا. فهكذا، أمام كل قوة غير محدودة غير متناهية توجد هشاشة وضعف غير متناهيين (33): صورة خيال الظل التي تحولت إلى وجه نموذجي لبؤس الإنسانية. يستطيع «الإعلامي» "le massmédilogue" أن يحمل هذا الإنسان ويحول بلعب الخطاب الإيحائي الصورة المذكورة إلى علامات (الحداثة) التي يستخدمها التمثيل المشترك وفق ترتيب غير منتظم. إن إنسان وسائل الإعلام "Thommo mass mediaticus" المتذرع بفعل ما هو عظيم بالأشياء الصغيرة والتافهة، ويصنع مواد العلم بما هو مبتذل وتافه دائما، مسخ كل ما يتلعه: ليخبر أناس يكفي أن يضغط على أزار الراديو أو التلفزيون أو يتصفح

ترجمات

مجلة، حتى يتحول مسخ طلاق نجوم الفن والطرب، وغرام الأمراء، إلى شذرات من قصص آلهة الوثنيين، ولا نستطيع أبداً، أن ننسب لهم وظيفة القيل والقال الذي يجري في القرية.

نحن لسنا ممن ينسبون «للإعلاميين» الطموح الأنثربولوجي. فأنسان وسائل الإعلام "Thommo mass mediaticus" الذي يفترض خطابهم وجوده، هو حقيقة الإنسان الذي توقظه وسائل الإعلام، (فالأكاديمي، والمهندس، والعامل، والمزارع) ليسوا سوى فكرة مجردة لهذه المساواة، أي البصمات الفارغة لسلطة وسائل الإعلام (34) ليست هذه الأنثربولوجية المعروضة للتحليل العقلاني سوى ظل علم وسائل الإعلام، وظل الحيوان الخرافي يبقى حيوانا خرافيا، وحش ذو مائة أذن ومائة عين أنجبه الوحش ذو مائة وجه ومائة صوت. إذا كان الإنسان في بعض الأحيان تجريدا للتجريد فإنه يبدو موجودا وجودا مستقلا كشراة الرؤية والشعور والتلذذ والحلم، وبهذا يبدو أنه موجود قبل هذه الأشياء التي تشبع نهمه وتجعله موجودا. هذه الرغبات التي هي شراية الكل ولا أحد ليست سوى النظر السحري لقوة وسائل الإعلام.

الزوبعة؟ هذا ما أجهله: أن زوس (إله السماء والآلهة الذي بنشر في الأرض النظام والعدل) لا يوجد فاحتلت مكانه زوبعة هي تسبتر اليوم)

Aristophane (les nuées)

قد يتهموننا بأننا، في نقدنا لهذا الفكر، نقوم بالتشويهات التي يفرضها كل موقف متحيز في معالجته كموضوع. فنشن المعركة إذن ضد إيديولوجية الخطاب عن وسائل الإعلام، ولناخذ بجدية الطموح الذي ليس غريبا عنها في تقديمها لإجابات منتظمة لمشاكل المجتمع المعاصر. إنها تنوي فعلا الإقناع بأن مسألة تحريك «الحشود» وتضليلها بواسطة وسائل الإعلام أخذت في مجتمعنا المكانة التي كان يحتلها في السابق مشكل العراك الاجتماعي أو التي يطرحها تصدع النظام الاجتماعي والأخلاقي، كنتيجة لإنهيار المعايير التقليدية. لو وضعنا هذه المسألة في سياق تاريخ الأفكار، فإنها تبدو، بموضوعية، كأجابة على الأسئلة التي صاغها القرن التاسع عشر، لكنها تقدم بدل المذاهب الكبرى التي تشكل عدة أنظمة ذات التوجهات المحسومة والمنسجمة، مذهباً توفيقياً مفهوماً لا يتجاوز إلا في المظهر، الثنائية المتناقضات القديمة نظراً لعدم تحديده السيميائي، يصبح مفهوم «الحشود» ملتقى كل الاختبارات التي لم تتم، ويسمح بتغيب البدائل فقط، بالنسبة للجماعة "la communauté" والمجتمع "la société"، إذا أردنا أن نأخذ ثنائية طوني(*) أو بالنسبة للتضامن العضوي، والمجتمع الآلي. حتى نتحدث مثل دوركايم "Durkein"، فإن عبارة «الحشود» "la masse" تسعى لتسمية خطأ جديداً من التضامن محدداً بغياب التضامن وبتعميم الارتباط الاجتماعي "anomie" وهو المأل الأخير لتفكك المجموعة "Gesellschaft"، وفي بعض الأحيان، بسذاجة أكثر، تفكك المجتمع "Gemeinschaft". لكن في ذات الوقت، فإن «الحشد» "Masse" هو منتج عملية «التحشيد» "La massification"، وهذا ما تقوم به وسائل

(*) - Tonnie Ferdinand: عالم اجتماع ألماني (1855-1936) صاحب كتاب "gemeinschaft" and "gesellschaft", 1887, وهو الكتاب الذي يميز فيه بين الرابط الاجتماعي الطبيعي والعضوي «الجماعة» والرابط الموجه نحو غاية محددة «المجتمع» - المترجم.

الاتصال الجماهيري بفعل «تسويه» الجمهور، وهي بهذا تنجز شكلا جديدا من الإندماج المبني على عملية التجانس "L'homogénéisation"، أو بعبارة أخرى، المبني على التضامن بالمحاكاة الخاصة بالمجتمعات البدائية، حسب «دوركايم» "Durkein"، تكون الثقافة الجماهيرية إذا، معادل نظام نماذج السلوكات التي إكتشفها عالم السلالات البشرية "l'ethnologue" في مجتمع شديد التكامل والإندماج. غير أن المفهوم السابق يستلزم الرجوع حتما إلى التعارض بين «الحشود» "Les masses" والنخبة، إن عبارة «الحشد» "La masse"، تسمح بظهور الوفاء اللفظي للنموذج الثوري في الوقت الذي نجعل «ماركس» يسير على رأسه: بالتأكيد على مساواة الجميع في الإغتراب، نقدم مجتمع بدون طبقات، لكن أيضا بدون ثورة حدثت، أو مقبلة على الحدث، أو ممكنة الحدث، هذا مع الإحتفاظ بأمكانية التلاعب بالصدى السيمائي لكلمة «حشد» الذي يمكن أن يشير بدون تميز التقاليد الثورية أو التقاليد الميكافيلية في شكلها البارني. عند هذا الحد من عدم التحديد، يتوقف كل تعريف على السياق وتكفي إشارة بالتواطئ حتى يقصى كل تضمين متشائم من الحديث الذي يقرحه برياء.

أخيرا، إن موضوع علم الإجتماع العجيب ليس «الحشود» أو حتى «وسائل الاتصال الجماهيري»، إنه التحشيد "La massification" أي ما يدفع «الحشود» لتكون حشودا أو بعبارة أفضل: ما جعل الحشود «حشودا». بالفعل إن «التحشيد» هو في آخر المطاف تحشيد ذاتي، إن مصير الحشد ليس سوى الدعوى التاريخية التي يحقق بموجبها جوهره (35) بآختصار، ما تم وصفه هنا، ليس الأشياء التي تمت ولا حتى ألياتها وفاعليها، لكنه المنطق الإستشباحي (نسبة إلى الإشباح) الذي يبيع كل الإنزلاقات وكل الإنقلابات وهذا مهما كان سلم الظاهرة التي تجري دراستها، ابتداء من ظهور البشرية إلى غاية مذكرات مومس. هكذا، إن «ظاهرة صورية» (اسم فتاة) على سبيل المثال، لا تكمن في الفتاة ذاتها ولا

في طريقة التنظيم التي انتجت الأدبيات عن «صورة»، بإمكانياتها، ووظائفها، ونواياها الفعلية. ولا تتمثل في تقنيات إنتقال الإعلام عن «صورة»، بما فيها تلك الأقل أهمية: أي المحادثة البسيطة. كما لا تكمن في التلقي المتباين لصورة «صورة» وللأشكال المختلفة التي تكتسبها هذه الصورة حسب الجمهور. إنها الأسطورة «المستقلة ذاتيا» عن «صورة» التي تعرض للمعالجة الوهمية. عندما نجعل من هذه الظاهرة موضوعا للدراسة ونقترب من الصواب في دراستها، يجب التعاطي مع النوايا الضمنية أو الصريحة لمؤلفي الرسالة، والنماذج الواعية أو غير الواعية التي تقود إختيارهم التقني والجمالي أو الأخلاقي، وطموحات ومواقف الذين يتلقون الرسالة، والإجراءات الفعلية لإدراكهم، لإفتنانهم بها أو لإبتعادهم عنها. لكن بهذا تختصر الشعوذة التنبؤية وتتحول إلى موضوع علمي مألوف. إن المثقفين يريدون تجنب خيبتهم من الإكتشاف بأن محرري جريدة «باري ماتش» "Paris-Match" ومصوريها وضعوا في رسالتهم بشكل صريح ومنهجي ما تبرزه الدراسة البنيوية، هذه العصا السحرية، إنهم يريدون أن يتجنبوا أيضا الحيلة الناجمة عن ملاحظة أن القراء يفهمون هذه النية المطروحة كموضوع للدراسة. إذا، إن «الأعلاميين، هم الذين أتوا بظلالهم الميثولوجية ليتوسطوا بين طرفين يتعاملان بدون هم» (36).

إن وسائل الإتصال الجماهيري ليست شيئا، ولا فكرة ولا مؤسسة، ولا نية، ولا فاعل، إنها ماعون بدون مستخدم، يحدد قواعد استخدامه بمفرده، إنه تحريك وتضليل بدون محرك ولا مضلل. إنه بأختصار آلية روحية. هكذا تكتمل اللعبة، فالتاريخ يلغي ويبعد عن كل موضوع تاريخي، نستطيع أن نقم في الخطاب عن وسائل الإتصال الجماهيري فلسفة التحريك والتضليل بدون الحاجة إلى ذكر المحركين والمضللين، وهذا ما يبرز الصورة المرفوضة عن الحشود المحركة والمظلة لأنها مستعدة التضليل. بمنطق آخر، يجب الإختيار بين التنديد الثوري بالتضليل

والإستسلام الذاتي الخانع الذي تبديه الحشود له. إن وسائل الإتصال الجماهيري قوة مجهولة ومشخصة، دائم الحضور في كل مكان، ومحصورة في مكان معين (محلّية). والحشود عبارة عن إمكانيات للفعل بدون فاعل تاريخي، قوة فاعلة وقوة مفعول فيها. على ضوء هذا المنطق فإن وسائل الإتصال الجماهيري والحشود يمكن أن ينجبا بعضهما على التوالي. فهما متحدان لا يكون أحدهما منفصلا عن الآخر. هذا ما يذكرنا بطريقة Adite (*) التي ولدت من رحم Veda والتي أنجبتها Daksa والتي ولدت بدورها من رحم Adite. إن الخلط الغريب بين الأضداد والمتناقضات ليست وليدة الفكر الجدلي (37).

في الأخير، يبدو أن نبوءة منتجي الخطاب عن وسائل الإتصال الجماهيري لم تستمد جذورها الفعلية فيما يعتقد، أي في الإكتشاف المبتر للسلطات الجديدة، بل تستمد من الرؤية التشاؤمية لإنسان، هذا الإنسان الأبدي الموزع بين «الأروس» "Eros" (**) و "Thomatos" (***) والذي يعرف بشكل سلبي، إن هؤلاء الأنبياء المتأرجحين بين الحنين لإخضرار جنة الحضارات والأمل الخائب في الغد الجهنمي، يقترحون صورة مذهلة للنبوءة الواعدة والمتعلّشة في آن واحد، لأنه لا يمكن الإختبار بين الحب المعلن للحشد الذي تهدده الكارثة والحب السري للكارثة.

(*) - Veda: كتاب مقدس في الهندوسية، كتب إنطلاقا من سنة 1800 قبل المسيح، وينسب إلى وحي براهما، ويتشكل من مجموعة نصوص للصلاة، والنشيد، وللعبادة، وتتعلق بالتضحية وبالإحتفاظ بالنار المقدسة. Veda، daska نصوص مقدسة في الهندوسية - المترجم.

(**) - Aros: يمثل في الميثولوجية الإغريقية إلهة المحبة المجدد في ملامح طفل - المترجم.

(***) - Thomatos: يمثل في الميثولوجية الإغريقية إله الموت.

المراجع:

(1) - هذه ليست سوى بعض العينات من البلاغة المقدمة، كل قارئ لهذه الأبيات يستطيع أن يتحرى في ثبات الموضوع (أو الصور) وذلك بقيامه بتركيب منتخبات من الكتابات، كما فعلنا: «في تقريب تجاربهم، قام الكتاب معا بفهم المصير المغاير للإنسان المعاصر إنطلاقاً من الحدث الحاسم والمتمثل في التغيير في نمط التعبير المميز 5 Gilbert - Seat et Pierre Fougeyrollas: l'action sur l'homme: Cinéma et télévision, Démoe, 1961, p. 71. «إن مركز الجاذبية قد

تحول إلى إنزلاق. لقد أصبحنا «آخرين»، يجب أن ندرك ذلك».

René Hyghe, Dialogue avec le visible, Flammarin 1955. لقد تغير أكثر من مرة في التاريخ نمط التعبير البشري. غير أن ثقافتنا المعاصرة، مثل الثقافات التاريخية الأساسية الأخرى كانت تحت سيطرة نمط الإتصال اللفظي (...) بينما الوسائل التي سخرتها السينما والتلفزيون لا تنتمي لهذا النمط، بل تنتمي إلى الوضع المرئي، إن التغيير في نمط التعبير الذي نشاهده حالياً يبدو سمة جديدة لا مثيل لها». G. Cohen-Seat et P. Fougeyrollas, avec, cité, p. 23. وتوجد الكثير من المتغيرات المتراسنة، والكثير من عدم اليقين والضغط الكبير الذي سبق الكارثة حتى نجبراً على التوقع، لكن من الممكن أن نتفتح أمام أعيننا نترات متفرقة من بداية كائن (ملك وعيا أكثر وجبا أكبر» ويستطيع مواجهة المصير ويتحمل الشروط الكونية، E. Morin, l'esprit du temps, Grasset, 1962, p. 255.

(2) - في التقرير الودود الذي أعده كلود بريمون، Claude Bremond عن مؤلف «إدغار موران» E. Morin والمعنون: «روح العصر» ذكر أكثر من مرة بأن التحليل الذي أعده الكاتب يظل ذا إستغلال داخلي: «إن الهجوم الذي شنه «إدغار موران» على ثقافة المثقفين لا يمكن أن يسببنا أن هو ذاته مثقف يكتب للمثقفين كتاباً يقرأه غيرهم، حتى إن تمت إعادة كتابته ورفق بالصور في أعمدة مجلة

"Paris Match": Un Plaidoyer communication no 2, p. 183

(3) - الذهاب إلى الشعب «أي السينما، أي أيضا النزول الطوعي إلى الكهف الذي يوجد به الآخرون مكبلين؟» جون دفينو "J. Duvignand" يؤكد أن «الإنسان المعاصر هو في وضع يشبه إلى حد ما الجنس الذي وصفه أفلاطون: «واقف أمام حائط في قاع كهف فتتسارع الأشكال والأطياف أمام نظره، ولا يشك في واقعيتها، J. Duvignand, La caverne, in la nouvelle, Revue

(5) - E. Morin, Loc, cité, p. 236. أما بالنسبة لأسلوب هذا التساؤل فيشير دوارا ليس أقلًا من الوضعية الخطيرة التي يتم فيها: « هكذا تدخلنا إن الثقافة الجماهيرية في علاقة مسلوقة الجذور، متنقلة، تائهة في الزمن والفضاء (...) توجد علاقة جديدة بالفضاء والفضاء بالزمن، ونوع من المشاركة ما قبل الهجيبية الخاصة بمصير العالم، لكن يوجد في ذات الوقت ضربا من الشعور «السترنزي» (نسبة للفيلسوف الألماني الفوضوي ستيز) بوحدة الوجود الفردي، لكن يوجد القلق الذي يجب أن يحاصر الكائن البشري، هذا الكائن الذي عندما يصبح الكل يدري في ذات الوقت أنه لا شيء، (...) القلق يخرج من كل مسامات الثقافة الجماهيرية، لكنه يخرج على وجه التدقيق، يخرج مطرودا في حركة، وفي هيجان، وفي إرتعاش، في صور الضربات، وفي فح، وفي هجومات وفي القتل، هكذا لا نجد أبدا، في الثقافة الجماهيرية التساؤل الداخلي لإنسان في علاقته بذاته، بالحياة، بالموت بلقر الكون الكبير. لا توجد ثورة انتربولوجية، ولا أوديب، ولا أبي الهول ولا القفزة المدوخة في صخرة الوجود. لأن كل شيء، يتطور في اتجاه أفقي (24-247, p. Loc, op, cité).

(6) - هل يمكن أن نعني أنفسنا من الأخذ بعين الاعتبار الاختلافات بين مختلف الشرائع الإجتماعية سواء تعلق الأمر بالتعرض لوسائل الإتصال الجماهيري أو بالموقف إزاء الرسائل التي تبثها، بينما خلافا لما يميزه إستخدام «الحشد» ففي الفئات المحظوظة أكثر: أي المتحصنة بالثقافة المدرسية ضد الإفتتان بهذه الرسائل نجد النسبة الأعلى من أجهزة التلفزيون، حسب المسح الميداني الذي قام به I.N.S.E.E. (مركز الدراسات والاحصائيات رقم 2 أبريل - جوان 1961) لقد بلغت هذه النسبة لدى المزارعين 3.3٪ و 14.1٪ لدى العمال، و 16.9٪ لدى المستخدمين، ونفس النسبة لدى الحرايين والتجار، و 23.7٪ لدى الإطارات المتوسطة، و 29٪ من الإطارات والمهن الليبرالية تملك تلفزة.

(7) - لقد تركت هذه المهمة عن طواعية «لعلم الإجتماع»، بالتعارض مع الانتربولوجيا: طبعاً، نستطيع على صعيد علم الإجتماع أن نميز بين الأقليات بوظائفها، وبشروطها، وبسلطتها، عن الحشد "Masse" ولا نخلطها به، على الصعيد الانتربولوجي، إن العالم، والمهندس، وأجير الصناعة والمزارع يخضعون كلهم لآثار وسائل الإتصال المرئي ويكونون عرضة لها بطريقة شديدة التشابه، بهذا، فهم يشتركون في نفس ظاهرة التحشيد. إنهم مختلفون عن بعضهم على مستوى الأداة اللفظية والذهنية، لكن إختلافهم يختفي على صعيد العالم المدرك وهيباته. G. Cohen - Seat et Fou - geyralles, loc, cité, p. 62

(8) - إرتقى هذا المبدأ السحري إلى مصف المنهج. وقت المطالبة به في هذا الشكل التبيل ضد «الأميريقية المجزئية». هكذا إذا فالكلمات التالية «الثقافة الجماهيرية»، «الإتصال الجماهيري» و«سائل الإتصال الجماهيري»، «الترفيه»، تستخدم لتأكيد وجود حقيقة، لا يمكن في إعتقادي حصرها إلا بمنهج واحد، إنه منهج الشمولية، مما سبق قوله أريد التأكيد أنه لا يمكن أبدا أن نختصر الثقافة الجماهيرية في مجموعة من المعطيات الأساسية التي تسمح لنا بتمييزها عن الثقافة التقليدية أو الإنسانية. لا نستطيع أن نختصر الثقافة الجماهيرية في عنصر أو بعض العناصر وبالعكس، لا يمكن أن نكتفي بما يفعله علم الإجتماع الذي أسميه البيروقراطي، والذي يكتفي بدراسة هذا القطاع أو ذاك من الثقافة الجماهيرية بدون محاولة النظر فيما يربط هذه القطاعات. أعتقد أننا حاولنا أن نرى ما نسميه «الثقافة الجماهيرية» كشيء مركب من الثقافة والحضارة والتاريخ:

Journées d'études sur la "culture de masse" 6-7-2- 1960, Ronéotypé, p. 19. E. Morin.

(9) - لا نحرّم أنفسنا من إثارة الواقع الإستشباحي؛ إذا إستطعنا أن نضيف إلى كل واحدة سحب الصحف والكتب وساعات البث الإذاعي والتلفزيوني (المضروب في عدد المستمعين)، وعدد رواد قاعات السينما، أو المكالمات الهاتفية، والتيلغراف والبريد؛ والملصقات ... فإتينا بدون شك نره أن المنحنى يسلك الإتجاه العمودي:

Prospective, le développement des moyens d'expression no 9-4-63 PUF.

(10) - نعثر لدى منظري «الثقافة الجماهيرية» تلميحاً إلى التنوع الفعلي في جماهير وسائل الإعلام. يرد الباحث «إدغار موران» من جهته بما يلي: (هذه الحواجز «بين الأعمار والأقسام» لم تلغ، بل تشكل تراصفاً إجتماعياً جديداً، فالصحافة النسوية وصحافة الأطفال تطورت وشكلت منذ خمسين سنة، جمهوراً خاصاً، Esprit du temps, p. 44. المسألة المؤقتة للصورة الفخمة عن جمهور "Public de masse" هذا الإعتراض يبقى هو ذاته خالياً وطقوسياً: التصريح به هو الإعفاء من النتائج أو البحوث الأميركية. في هذه الحملة التي تسبق التنازل الخطابي، دفن الكاتب «التراصف الثقافي» "Stratification culturelle": كانت حواجز الطبقات الاجتماعية، والأعمار، والمستوى التعليمي في بداية القرن 20، تحدد المناطق الثقافية، صحافة الرأي تتميز بقوة عن الصحافة الإخبارية، وتختلف الصحافة البرجوازية عن الصحافة الشعبية، والصحافة المجادة عن الصحافة الخفيفة، لكنه يذكر في الجملة المئوية: «هذا التراصف الجديد لا يجب أن يخفي عنا الديناميكية الأساسية للثقافة الجماهيرية، منذ السنوات (30) (...) برز ضرب جديد من الصحافة، والإذاعة

والسيما، والتي من خصائصها أن تتوجه للجميع. إذا عدنا إلى نقطة الإنطلاق. «في الوقت الذي يكون فيه العامل ورب العمل يدندنون أغنية «بياف» أو «دليدا» يكونا قد شاهدا نفس البرنامج في التلفزيون، وتابعا نفس الشريط المرسوم في جريدة "France-Soir"، ويكونا قد شاهدا نفس الفيلم (في الوقت ذاته تقريبا).

(11) - يكفي إقحام بظرفية هذا المنطق الجهني للتحشيد في إحدى الجمل حتى نفتح الفضاءات السيمائية غير المنتهية: «الحشد» عبارة تنتمي إلى أسرار الطقوس الكنائسية، يتدخل عند صياغة الخطاب عن مصير الإنسان والكون: «إن التحشيد الذي كان لحد الآن مسار مفعول فيه وليس مختارا قصديا. يمكن أن يصبح وسيلة تسمح بتحقيق، في الفضاءات الكبرى، الحد الأدنى من الدوخة التي بدونها لا يصبح كل مجتمع معاصر ممكنا. «التحشيد» الذي هو أبعد من الإنحطاط المفروض على كل إنسان معاصر، يكون مسار للعبور إلى الأشكال العليا من الحضارة».

(G. Cohen-Séat et P. Fougerollas, loc. citée, p. 138).

(12) - يجب أن نفهم أن الإحالات في التحليل المعجمي تحيلنا إلى عدد لا نهائي من التعاريف التي يمكن أن تجعل الشخص «جماهيريا». هذه الجماهيرية «La masseité»، التي إذا ملكت حقيقة منطقية فإنها تقدم شيئا آخر غير ذلك الذي يعكس عدم إكمالها اللفظي.

(13) - من الأجدى وصف نوع التجارب في العلاقة بالآخر التي تسمح بها مختلف وسائل الاتصال الشخصي بما من علاقة الاتصال الشخصي وجها لوجه وصولا إلى العلاقة المجهولة الناتجة عن رسالة رسمية الموجهة إلى وظيفة أكثر منها إلى شخص، مروراً بالرسائل، والتيلغراف أو الهروب البيروقراطي من الاتصال وجها لوجه، كل واحد من هذه النماذج يستلزم متطلبات وحريات. هناك بعض الأشياء نقولها في الهاتف ولا نكتبها ولا نقولها في وجه الشخص المعني، والعكس.

(14) - ليس لأن علم وسائل الاتصال الجماهيري تجاهلها، بل لأنه يرغب في تأطير التميز بين «لاريب» و«لكن»، الصيغة البلاغية التي تعفيه إلى الأبد من السوسيولوجية الكاشفة عن التنبئات وتقضي على الحدود الثقافية في السوق المشترك لوسائل الاتصال الجماهيري. طبعاً، إن التراصفات تتشكل من جديد داخل الثقافة الجديدة، القاعات الخاصة، وقاعات الأحياء السكنية تميز جمهور السينما (...). المجلات توزع، عادة حسب التراصف الاجتماعي "France-Soir" أكثر شعبية. "Noir et blanc" أقل شعبية من "Paris-Match"، لكن "Paris-Match" و "France Soir" تبقى وسائل النقل العمومي الكبرى لكل الطبقات. E. Morin, esprit du temps, pp. 48-49.

أما بالنسبة للبحوث الأمبريقية التي تمنعنا نتائجها من كل تبسيط وتسطيح وتقضي على التكرارات المبدئية، فننفذها ببساطة في البيولوجيا: إن مسار إحداث التجانس L'homogénéisation بالنسبة لعالم وسائل الإتصال الجماهيري Massemédiologue يتحرى فيها مسبقا، وذلك لأنه بأسم «الديناميكية الأساسية للمجتمع الجماهيري وليس لأنه يشكل موضوع التحري من جهة، ومن جهة أخرى لا نحتفظ سوى بالذي يقوم بالتحري.

(15) - حديث أدلي به ل: Tél sept-jours رقم 179 أوت 1963.

(16) - كيف يكون رد فعل الإنسان من إنزال الرسائل المرئية التي تحاصره؟ (...). إن النظام المشكل للدفاع وللحماية قد تم تحويله عن وظيفته بفعل التغيرات التي تراقق الصور الفيلمية. الأشخاص لا يستطيعون أن يمارسوا على هذا الغلبان الغامض المراقبة التي حاولوا ممارستها على العناصر المنتظمة للإعلام اللفظي G. Cohe - Seat et P.Fougerollas, p. 35 «الصوت والصورة تحصران النظام التربوي وتهاجمان الدفاع التقليدي للشخص». - Diewzeyde, Congrès 2, cité en- communication no 2, p. 124

(17) - «تستطيع التحولات العديدة الطارئة على مختلف مستويات الشرط الإنساني أن تفرز غدا تغيرا جذريا وشاملا في بعض جوانب هذا الشرط وتستحق، تسمية «التحول».

G. Cohen -Seat et P. Fougerollas, loc cité, p. 9

«ما مصير هذه الحميرة وهذا النسخ بينما يكون الإنسان مغمورا بالمغامرة التقنية المجيدة التي لا تفتح له آفاق الكون فحسب، بل تتيح له إمكانيات التحول الداخلي الجذري، التحول الغريب E. Morin, loc, cit, p. 255

(18) - ليس إذا محض الصدفة، إذا عثرنا على التناقضات في الشعبوية الجديدة؛ من الأجدى أن يشارك الملاحظ في موضوع ملاحظته (...). يجب أن نحس الذبول في شوارع الثقافة الجماهيرية، التي من الممكن أن تكون إحدى مهام الإنسان المعاصر المهموم دائما «بالذهاب» إلى الشعب والذي هو الذهاب إلى «دليدا» E. Morin, l'esprit du temps, p. 20. للشعبيين رغبة أقل في «الذهاب» إلى الشعب (في هذا المعنى) عندما يخرجون منه.

(19) - لا نتحدث أبدا عن التنازل الأرستوقراطي الذي لا يقدم أي شيء.

(20) - La tribune ouvrière, 18 juin 1965, cité in Duveau, la pensée ouv-

rière sur l'éducation pendant la seconde republique et le second empire.

Cervants, don quichotte, 2 pertie XXVI. - (21)

Cervants Ibidem. - (22)

(23) - هذا مقال عن ذلك: «كل مجتمع يحدد الثقافة بكل ما تنتظره من كل واحد: إننا نعرف الثقافة بالنموذج الذي تقترحه وتسعى لفرضه (M. Dirfreme). إننا نعرف أهمية التطبيع في عصرنا أين نجوم السينما «برجيب باردو» مثلاً: قلبي الثقيلة، السلوك أو نجاح الفيلم ليقود آلاف الفتيات إلى تغير تسريحة شعرهن.

Jacques Charpentheu et Rene Tals, la culture populaire en France, les Ed. Ouvrières, 1962.

(24) - عندما طلب الكاتب «ليون بلوى» من ناشر كتبه، لماذا كتبه لا تباع، رد هذا الأخير وفق نفس المنطق: «ماذا تريد يا صديقي العزيز، الآن مع الدراجة ...».

(25) - مثلاً، بالنسبة للفتاة الريفية، إن الثورة التقنية الزراعية أدت إلى تحول كل المجتمع الريفي، وأدت على وجه التحديد إلى توزيع جديد للعمل بين الجنس (ذكر وأنثى) . وهل يمكن أن ننسى بأن المجتمع الزراعي والتقليدي والمجتمع الحضري قد جعل طيش المراهقة مقبولا وحالما؛ على التحليل السوسيولوجي أن يضع الظاهرة في سياقها وأن يحلل أسبابها بنوع من الاعتدال بدل الإنصراف لشرح الظواهر التي ضخمتهما الأهواء، بالإستحضار الدائم الأسباب الظرفية لأنها ببساطة تدرج في خانة الآراء الظرفية».

(26) - نعرف أن عددا من الملاحظين آمنوا بقدرة تشخيص ما أسموه مسار عدم تبس الحشود بفرنسا، أو على الأقل تطور اللاتيس وسط الحشود (...) ما حدث في هذا الميدان لا يعتبر عدم تبس، إنه تحويل في إجراءات الحياة السياسية. دخل الفرنسيون تحديدا أثناء السنوات الأخيرة في عصر الإعلام المرئي بشكل جماهيري. إن إنشاء محطات التوصل التلفزيوني، وشراء أجهزة الإستقبال هي عوامل هذا التطور. بهذا فإن الحياة السياسية مرت، هي الأخرى بالنسبة لجمهور المشاهدين من العالم اللنظي إلى العالم المرئي. السياسة أصبحت بالنسبة لهم لحظات تنجلي بشكل أو آخر في الإستعراض السيماطوغرافي أو التلفزيوني (...) كانت الرؤية السياسية لإنسان الأمس مرتبطة بشروطه الاجتماعية، أما اليوم فأنها معيشة بفضل الإعلام المرئي، كمعرض للأحداث الاستعراضية G. Cohen-Seat et P. Forgeyrallas, loc, cité, p. 68-69. أن ترسانة المفاهيم

والألفاظ تجند بكاملها في كل مرة.

(27) - من الأجدى تحليل السلطة التي تشيهرها التقنيات المعاصرة في التحليل، خاصة تقنيات الفعل عن بعد مثل التلفزيون.

(28) - كل شيء يسير وكأن الأزمة التي نجتازها لم تصل درجة الحدة التي يطرح فيها الخطر. لا شيء يمنع المقدرة الإبداعية على خوض الميزات التي هي مألوفة بالنسبة لها لإخفاء الغشيان الاجتماعي في مرحلة القلق. ماذا يحدث لو نلاحظ يوما بأن تحول لا رجعية فيه تم وإن الإنسان أصبح آخر، وبدون علمه. (G. Cohen-Seat et P. Fougeyrollas, loc. cité, p. 19)

(29) - للبرجوازي الصغير مشاهد التلفزيون وجهاز الفيديو علاقة الملاح بالفضاءات، وهي علاقة بخلجات العالم بروح العصر. (E. Morin, l'esprit du temps, p. 255)

(30) - طبقات اجتماعية بأكملها يجب أن تعيش بالشهوة ومجد الآخرين. الديمقراطية يتهم الفلاح بأنه مغفل إذا كان يعمل لصالح النبلاء، يحبهم ويتلذذ بوجود الآخرين ويعرفهم (...). لكن عندما يرى «غيو» أو «أسيس» مركب الفرسان في زواج سيده، لا يغير أحد، كل واحد يشارك في ذلك، الفقير يتلذذ بثروة الثري، والثري يفرح بحب الحياة، ومحب الحياة يصلوات القس ...».

Ernest Renan, la reforme intellectuelle et morale de la France, Calmann Lévy, 1872, p. 325.

(31) - هل هناك أصوات أكثر إرتفاعا لجعل الشباب ذوي سن 18 يتبنون منطق الشيوخ لإقناع الفئات الاجتماعية الشابة المتحمسة المؤمنة بالشروح بأن تحرر من وهبها، وليس من الممكن أن يتلذذ الجميع وأن يكونوا مهذبين جيذا، وطبعيين، وأفاضل، لكن يجب أن يكون هناك أشخاص للترفيه، عالمين، وذوي تربية حسنة وطبعيين وأفاضل والذي ينظلم بتلذذ الآخرون ويتذوقون المثل الأعلى ...»
• Renan, loc. cit, p. 326

(32) - يكاد يستحيل عن «رجل الشارع» الذي يتوسل إليه الإعلام، والإشهار، والدعاية، والإستعراض، والسهرات الفنية، والمعارض تلبية كل النداءات.

Le développement des moyens d'expression, respective no 9, P.U.F., 1963, p. 15.

(33) - إن مآل هذا الفكر الذي يظهر أنه علمي يمكن أن يكون المسار الأدبي القديم الذي يجسد كل محن العالم في البطل المحدد بهذا الاستعداد المتجدد دائما «تما» لتعذيب «باميللا»، «جستين» أو

«صوفي» إن علماء وسائل الإعلام الذين يظهرون أنهم من اليسار يجب أن يعبروا للحشود المحتشدة: «عن الفضيلة التي هي موضع تجريح وشتم».

(34) - المؤلف «أورتغا أي غراسي»، رغم كونه أخلاقي وكاتب لا يأبه بالتجربة السوسيولوجية. فإنه يقدم وصفا أكثر إنسجاما لـ: «الشخص - الحشد» "L'homme- masse" فإنه يفسر ظهوره بجملة من الأسباب المختلفة، فانثروبولوجيته حتى وإن رفضها، فإنها تظل متشعبة برؤية تشاؤمية للمصير الثقافي لإنسان.

(35) - الباحثان «كوين سيت» و«فوغيلاس» يعود لهما الفضل في معرفة ماذا يريدان قوله ويقولانه: «إن التحشيد الحاسم يأتي من الأسفل أكثر من الأعلى، إنه ليس ضغطا تفرييبيا للإجتماعي يمارس على النفسي بقدر ما هي تحولات إيجابية للنفسي. لذا لا جدوى من الإنتظار والأمل في قمره الأشخاص ضد الإمثالية العقيمة، لأن الإنسان المعاصر أصبح شخصا آخر، يحتشد se massifie من الداخل بدون أن يدرك هذه الإمثالية كضغط أو قهر يسلط عليه. الخصم ممثلا في الإجتماعي. (loc, cité, p. 65).

في هذا السياق، إن مقدمة القياس المنطقي للتحليل غائبة، فالتحليل مبني على المظاهر الثلاثة التالية:

- يجب على وسائل الإتصال الجماهيري أن تصل إلى الحشود.
- بينما الحشود، هي حشود (أي أنها حشود قابلة للإحتشاد، أي أنها تنتظر الثقافة الجماهيرية، الثقافة التي تقوم بالإحتشاد (massificatrice).
- إذا، وسائل الإتصال الجماهيري تحمل بالضرورة الثقافة الجماهيرية، بإختصار إنها تقوم بالتحشد.

هذا التحليل المخجل بشكل الإستنباط الأول الذي يؤسس «علم وسائل الإعلام الجماهيري "Masse médiologie"

(36) - عندما يؤكد بأن «تحليل الصحف تحليلا بنيويا تبقى أكثر استعجالا من إستمارة مشاهدة التلفزة» أليس لأن أسئلة هذه الإستمارة تجعل «النجومية» "vedettesation" تدرك بدون صراع، أنها تشهد كلها على وعي جاد بالظاهرة، حتى في حالة الإنخراط، حسب أحسن طرق الفكر النقدي.

Roland Berttes, La vedette: enquêtes: d'audience, en communication, à 1963, p. 213, 216.

لماذا لا نستخرج الدروس من هذا الاعتراف الصائب؟

(37) - إذا وضعنا علم وسائل الإعلام massmédilogie أمام لعبة البديل الصريح، فليس لدعوته إلى السببية الأحادية البسيطة، لكن لإظهار الطابع اللفظي والسحري لإستخدام كلمة الجدلية التي يتم بموجبها التملص من وصف عدد لا يخفي من التساؤلات من الأفعال والمواقف التي يقوم بها فاعلون إجتماعيون متميزون. في الصنف الموالي، هل أن اللحظة الجدلية تقوم بشيء آخر غير تعميم عبارة «التناوب البسيط» الذي يزعم تجاوزه: «هل أن الصحافة (أو السينما أو الراديو، الخ...) هي التي تصنع الجمهور أو أن الجمهور هو الذي يصنع الصحافة؟ هل أن الثقافة الجماهيرية تطرح على الجمهور من الخارج. وتصنع له حاجات مزيفة، ومصالح مزيفة أو أنها تعكس حاجات الجمهور؟ من الديهي أن المشكل الحقيقي هو ذاك الكائن في جدلية العلاقة بين نظام الإنتاج الثقافي والحاجات الثقافية للمستهلكين (...) إن الثقافة الجماهيرية هي إذا منتوج جدلية الإنتاج والإستهلاك في قلب جدلية شاملة تتعلق المجتمع برمته» E. Morin, l'esprit du temps, p. 57-58.