

المحور الثالث: نظريات التأثير المباشر

المحاضرة الثامنة: المجتمع الجماهيري

بعدها تناولنا نظريات الاعلام الأربعة المشهورة بشيء من التلخيص، نحاول في هذا المحور استعراض نظريات الاتصال التي ارتبط ظهورها بتطور العلوم بعد الثورة الصناعية عموماً، وبالتراكمات التي شهدتها الظواهر الاتصالية خاصة بعد التطور التكنولوجي الذي أفرز اختراع الراديو وموجات البث الكهرومغناطيسي، إضافة إلى اهتمام الباحثين في علم الاجتماع وعلم النفس بدراسة وتفسير الظواهر الاتصالية عموماً.

كما كان للحرب العالمية الأولى خصوصاً دوراً هاماً في تنامي دور وسائل الاعلام في المجتمع، حيث استخدمت في الدعاية الحربية وكذا لنقل الأخبار والأنباء التي كانت تشهدها بؤر التوتر في العالم خاصة أوروبا، فضلاً عن كونها استخدمت كوسيلة لدعم الحركات الاستعمارية ومناهضتها. وقد ساهم ذلك في الاعتقاد بأن وسائل الاعلام لها تأثير مباشر على الجماهير.

1- مفهوم المجتمع الجماهيري:

لقد كان لعلماء الاجتماع أمثال أوغست كونت وهريت سبنسر وإميل دوركايم دوراً مهماً في بلورة مفهوم المجتمع الجماهيري، من خلال أعمالهم التي تناولت تطور المجتمع وتوجهه نحو التخصص والتقسيم الذي يقدر ما هو مفيد لبنية المجتمع ككائن حي (على حد تعبير كونت)، إلا أن ذلك ساهم في تفككه وشعور الفرد بالوحدة النفسي وفقدانه للاتصال بالآخرين.

والمجتمع الجماهيري Mass Society لا تعني بالضرورة المجتمع الضخم، بل هي العلاقة القائمة بين الأفراد والنظام الاجتماعي المتعلق به، ويغلب عليه السمات التالية:

- يتسم الأفراد في المجتمع الجماهيري بالعزلة النفسية عن الآخرين.
- انعدام المشاعر الشخصية عند التواصل مع الآخرين.
- تحرر الأفراد من الالتزامات الاجتماعية العامة.

فالجماهير ليست تنظيم اجتماعي، ولا تحمل العادات والتقاليد أو طقوس المجتمع ولا المشاعر تجاه الآخرين، ولا تقوم بأدوار محدد وليست لها قيادة. فسلوكهم تلقائي لا يستند إلى قواعد محددة سلفاً. لذلك فإنهم يتجهون إلى إشباع حاجاتهم كأفراد بغض النظر عن المصالح العامة أو العليا للمجتمع، أو الأضرار التي يمكن أن تلحق به.

وكلما زاد تنظيم المجتمع وتطوره في ظروف الحياة الحضرية الحديثة، ازداد شعور الأفراد بالقلق والضيق والوحدة، الأمر الذي جعله يتجه نحو وسائل الاتصال الجماهيرية لتعويض هذه المشاعر، باعتبارها بديلاً للأهل والجماعة،

نظرا لكونها تخاطب فيه فردانيته وتلبي احتياجاته الشخصية. لذلك ساد الادعاء بأن وسائل الاعلام تحولت إلى مخدر للجماهير، وعوضت العلاقات الاجتماعية التي غابت في ظل تقسيم العمل وتنظيم المجتمع.

2- نشأة المجتمع الجماهيري:

سبق وتحدثنا عن الدور الذي لعبه علماء الاجتماع في ظهور هذا المفهوم، باعتبار الفرد أصبح منعزلا ولا يحمل مشاعر تجاه الآخرين، الأمر الذي صعب مهمة السياسيين والقادة العسكريين في الحرب العالمية الأولى لتحريك مشاعر الشعوب وكسب ولائها. لهذا تم استخدام الدعاية عبر وسائل الاعلام لربط الأفراد بمجتمعهم من خلال وسائل الدعاية المصممة تصميمًا دقيقًا، كالقصص الخبرية والملصقات والأفلام السينمائية والخطب والشائعات، من أجل غرس البغض والخوف من العدو والإبقاء على تلك المشاعر سائدة.

وقد استطاعت الدعاية أن تتماشى مع الأفكار التي كانت سائدة عن المجتمع في القرن التاسع عشر كميراث فكري في علم الاجتماع، تم تطبيقه بتصميم المؤثرات بلاغة حتى تصل لكل فرد على حدى باعتباره معزولا عن الآخرين، بحيث يكون التأثير متشابهًا عند كل أفراد المجتمع الجماهيري. وهذا ما ساهم في صياغة نظريات مثل نظرية بافلوف المشهورة في علم الاجتماع ونظرية الرصاصة السحرية في علوم الاعلام والاتصال.