

محاضرات مقياس سوسيولوجيا الجماهير وتشكل الجماعات

المحاضرة 01: مدخل الى سوسيولوجيا الجماهير: المفهوم، النشأة، والتطور التاريخي.

مفهوم سوسيولوجيا الجماهير هو مفهوم أساسي في علم الاجتماع يهتم بدراسة سلوك الجماهير عندما يجتمع الأفراد في إطار جماعي واسع، وكيف تتغير تصرفاتهم وأفكارهم ومشاعرهم مقارنة بسلوكهم كأفراد مستقلين.

أولاً- التعريف: سوسيولوجيا الجماهير هي فرع من فروع علم الاجتماع يدرس: تشكل الجماهير، آليات التأثير داخلها، أنماط السلوك الجماعي، علاقتها بالسلطة، الإعلام، والرأي العام والحركات الاجتماعية.

وتركز على فهم الديناميكيات النفسية والاجتماعية التي تحكم تصرفات الأفراد داخل الجماهير.

-التفريق بين مفهوم الجماهير، الجمهور، الحشد (إرجع إلى المحاضرة).

ثانياً- النشأة والتطور: ارتبط بمختلف السياقات (المتوترة) السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية وحتى التكنولوجية في أوروبا.

-المرحلة التأسيسية: نظرت إلى الجماهير كحشود انفعالية تفقد فيها الفردانية وتحكم بالعاطفة والعدوى النفسية.

-المرحلة السوسيولوجية الكلاسيكية: فسّرت الجماهير بوصفها ظاهرة اجتماعية ناتجة عن البنى والقيم والتنظيمات الاجتماعية.

-مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية: درست الجماهير كجمهور إعلامي يتأثر بوسائل الاتصال مع الاعتراف بقدرة نسبية على الاختيار والتفاعل.

-المرحلة المعاصرة: تنظر إلى الجماهير كجماهير رقمية نشطة تشارك في إنتاج المعنى والتأثير عبر الشبكات الاجتماعية.

المحاضرة 02: الجماهير في الفكر السوسيولوجي الكلاسيكي: غوستاف لوبون وسيكولوجيا الجماهير:

يرى غوستاف لوبون في كتابه "سيكولوجيا الجماهير" (1895) أن الفرد داخل الجماهير يفقد استقلاله العقلي ويذوب في كيان جماعي تحكمه العاطفة، حيث يسود السلوك غير العقلاني بفعل "العدوى النفسية" وتأثير الزعيم الكاريزمي الذي يعتمد على الشعارات واستثارة المشاعر.

ورغم الانتقادات الموجهة لفكره بسبب نظريته التثاؤمية وتجاهله للسياقات الاجتماعية، فقد كان لأطروحاته أثر مهم في تطور دراسات القيادة والدعاية والحركات الجماهيرية، وأسهمت في تأسيس علم النفس الاجتماعي والسياسي. (إرجع الى المحاضرة).

المحاضرة 03: دراسات الحشود والمجموعات الأولية عند غابرييل تارد وإميل دوركايم.

يرى غابرييل تارد أن السلوك الجماعي يقوم أساساً على المحاكاة الاجتماعية، حيث تنتقل الأفكار والسلوكيات بين الأفراد عبر الاتصال، وتتشكل الجماهير كشبكة من التأثيرات المتبادلة يمكن أن تكون عقلانية وإيجابية، خاصة في ظل الإعلام الحديث.

يرى غابرييل تارد أن الحشود والمجموعات الأولية تفهم من خلال آلية المحاكاة الاجتماعية، حيث تنتقل الأفكار والسلوكيات بين الأفراد عبر التقليد والتواصل، فتتشكل الجماعات والحشود بوصفها شبكات من التأثير المتبادل لا مجرد تجمعات عاطفية، وتؤدي المجموعات الأولية دوراً محورياً في نشر القيم والنماذج السلوكية

التي تتوسع لاحقا داخل الحشود الكبرى، خاصة بفضل وسائل الاتصال، مما يجعل الحشود عند تارد ظاهرة اتصالية قابلة للعقلنة وليست بالضرورة فوضوية أو خطيرة. (إرجع الى المحاضرة).

أما إميل دوركايم فينظر إلى الجماهير بوصفها تعبيراً عن الضمير الجمعي والفاعلية الاجتماعية الإيجابية، حيث تعزز الطقوس والحشود التماسك والانتماء، معتبرا الجماهير ظاهرة اجتماعية طبيعية وضرورية، وليست حالة فوضى أو فقدان للعقل كما ذهب إليه لوبون.

يرى إميل دوركايم أن الحشود والمجموعات الأولية تمثلان آليات أساسية لبناء التماسك الاجتماعي، إذ يدرس الحشود من منظور سوسيولوجي-وظيفي باعتبارها تجلّيا لـ الدينامية الجمعية والقوة الرمزية للجماعة، بينما تشكل المجموعات الأولية المصدر الأول للقيم والضمير الجمعي، وبذلك لا تكون الحشود ظاهرة فوضوية، بل وسيلة لإعادة إنتاج التضامن الاجتماعي وتجديد النظام الأخلاقي للمجتمع. (إرجع الى المحاضرة).

المحاضرة 04: من الجمهور السلبي إلى الجمهور النشط: تحولات المفهوم في دراسات الاتصال.

تتناول المحاضرة التحول التاريخي لمفهوم الجمهور في دراسات الاتصال، حيث كان ينظر إليه في البداية ككتلة سلبية متجانسة سهلة التأثير ولا تمتلك قدرة على التحليل أو اختيار الرسائل، وفق منطق التأثير المباشر.

غير أن دراسات ما بعد الأربعينيات بدأت تشكك في هذه النظرة، مبينة أن تأثير الإعلام محدود ويتوسطه السياق الاجتماعي وقادة الرأي، ثم تطور الأمر مع نموذج الاستخدامات والإشباع التي أبرز جمهورا فاعلا يختار الوسائل لتحقيق حاجاته.

ومع السبعينيات والثمانينيات، برزت مقاربات ترى الجمهور منتجا للمعنى من خلال التأويل والتفاوض الثقافي، ما أدى إلى الحديث عن جماهير متعددة ومجتمعات تفسيرية.

وفي المرحلة المعاصرة، ومع ثورة الإنترنت ووسائل التواصل، تحول الجمهور إلى جمهور تشاركي وشبكي يساهم في إنتاج المحتوى والتأثير في الخطاب العام، مما يعكس تحولا جذريا في فهم العملية الاتصالية من منطق التلقي السلبي إلى منطق التفاعل والمشاركة والتأويل الاجتماعي. (إرجع الى المحاضرة).

المحاضرة 05: سوسيولوجيا الرأي العام: التشكيل، القياس، وتأثير الاعلام.

تتناول سوسيولوجيا الرأي العام دراسة الكيفية التي يتشكل بها الرأي العام داخل المجتمع بوصفه نتاجا للتفاعلات الاجتماعية والثقافية والسياسية، وليس مجرد مجموع آراء فردية، يتكون الرأي العام من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ومن خلال النقاشات اليومية والجماعات المرجعية، إضافة إلى الدور المحوري لوسائل الإعلام التي تقوم بانتقاء القضايا وترتيبها وإعطائها دلالات معينة.

يقاس الرأي العام أساسا عبر استطلاعات الرأي لرصد الاتجاهات السائدة، غير أن نتائجه تظل نسبية ومتأثرة بصياغة الأسئلة، والعينة، والسياق الاجتماعي والسياسي.

يؤثر الإعلام في الرأي العام من خلال ترتيب الأولويات وصناعة الأطر التفسيرية دون فرض آراء مباشرة، في حين يشارك الجمهور المعاصر بفاعلية في إنتاج المعنى والتأويل، خاصة في البيئة الرقمية. (إرجع الى المحاضرة).

المحاضرة 06: نماذج التأثير الاتصالي على الجماهير

من الرصاصة السحرية (1920-1940) إلى التأثيرات المحدودة (1940-1960):

شهدت دراسات الاتصال الجماهيري منذ بدايات القرن العشرين تطورا واضحا في فهم العلاقة بين الوسيلة والجمهور، حيث انتقلت من تصور أولي يقوم على التأثير القوي والمباشر للإعلام إلى مقاربة ترى أن هذا

التأثير محدود ومشروط اجتماعيا، ففي مرحلة العشرينيات إلى الأربعينيات، ساد نموذج الرصاصة السحرية/الإبرة تحت الجلد الذي نظر إلى الجمهور ككتلة متجانسة وسلبية تتلقى الرسائل دون مقاومة، متأثرا بسباق المجتمع الصناعي وصعود الدعاية السياسية، خاصة خلال الحربين العالميتين، ومن أبرز منظريه هارولد لاسويل.

ابتداءً من منتصف الأربعينيات، أحدثت دراسات بول لازارسفيلد حول السلوك الانتخابي تحولا مهما، حيث أثبتت أن الأفراد يتأثرون أساسا بعلاقاتهم الاجتماعية، مما أدى إلى ظهور نموذج التدفق على مرحلتين الذي يبرز دور قادة الرأي كوسطاء في التأثير الإعلامي، وقد عمق هذا التوجه باحثون مثل إيهو كاتز وبرلسون، مؤكدين أن التأثير الإعلامي مرتبط بالجماعة والهوية الاجتماعية.

وفي الخمسينيات والستينيات، تبلور اتجاه التأثيرات المحدودة الذي شدد على أن الإعلام غالبًا ما يعزز الاتجاهات القائمة بدل تغييرها، بسبب آليات الانتقاء والتفسير والانتماءات الاجتماعية والثقافية للأفراد، كما أوضح جوزيف كلاب، ويخلص هذا التطور إلى أن تأثير الإعلام لا يفهم خارج سياقه الاجتماعي، وأن الجمهور فاعل اجتماعي يشارك في إنتاج المعنى، مما يجعل الإعلام جزءا من عملية اجتماعية معقدة لا قوة مطلقة تتحكم في الجماهير.

المحاضرة 07: الجماعة الاج المعاصرة: المفهوم، التصنيفات، وآليات التماسك والتفكك.

تم التطرق الى مفهوم الجماعة الاجتماعية بوصفها وحدة بنوية أساسية لفهم المجتمع والسلوك الاجتماعي، رغم التحولات التي فرضتها العولمة والتكنولوجيا الرقمية، فالجماعة تظل إطارا للتفاعل، والانتماء، وتنظيم الأدوار، وقد شكلت محورا رئيسيا في السوسيولوجيا الكلاسيكية والحديثة لفهم الاستقرار والتغير الاجتماعي.

تعرف الجماعة الاجتماعية باعتبارها تجمعا يقوم على التفاعل المنتظم، والانتماء المشترك، والمعايير الضابطة للسلوك، وقد تناولها تونيز من خلال التمييز بين الجماعات الطبيعية والتعاقدية، بينما ربطها دوركايم بإنتاج التضامن، واعتبرها فيبر فضاء منظما للفعل الاجتماعي، وفي السياق المعاصر توسع المفهوم ليشمل الجماعات المهنية والاقتراضية القائمة على التفاعل الرمزي لا القرب المكاني.

كما تعرض المحاضرة تصنيفات الجماعات الاجتماعية حسب الحجم، وطبيعة العلاقات، ودرجة التنظيم، وأسس الانتماء، مبرزة أن الفرد الحديث ينتمي إلى جماعات متعددة ومتداخلة تؤثر في اندماجه الاجتماعي.

وتناقش المحاضرة آليات التماسك الجماعي مثل القيم والمعايير، الأدوار الاجتماعية، التواصل، والهوية الجماعية، التي تضمن استقرار الجماعة واستمراريتها، مقابل آليات التفكك كالصراعات الداخلية، فقدان الثقة، تغير القيم، والعزلة، وتخلص إلى أن الجماعة الاجتماعية بنية ديناميكية متغيرة، لكنها تظل عنصرا محوريا في بناء الهوية وفهم السلوك الاجتماعي في المجتمع المعاصر. (إرجع الى المحاضرة).

المحاضرة 08: الجماعات المرجعية التقليدية: القيم/ السلوك (الفعل):

يبرز دور الجماعات المرجعية التقليدية في توجيه السلوك الاجتماعي، باعتبارها إطارا معياريا ورمزيا يعتمد عليه الأفراد في تقييم ذواتهم وضبط أفعالهم، خاصة في المجتمعات ذات البنى الثقافية المستقرة، وقد برز مفهوم الجماعة المرجعية في أعمال هايمان وميرتون، ليشير إلى الجماعة التي يستلهم منها الفرد قيمه ونماذج سلوكه، حتى وإن لم يكن منتما إليها فعليا، مثل العائلة الممتدة والجماعة الدينية والعشائرية.

هذه الجماعات تقوم على منظومة قيمية تنسم بالثبات النسبي والمشروعية الأخلاقية والطابع الجمعي، ما يجعلها أساسا لبناء الهوية وتحديد المقبول والمرفوض اجتماعيا، كما تؤثر الجماعات المرجعية في الفعل الاجتماعي من خلال التوقعات المعيارية، والنماذج القدوة، وآليات الضبط الاجتماعي، فتجعل السلوك استجابة منظمة لقيم الجماعة.

وتؤدي الجماعات المرجعية التقليدية وظائف أساسية كالتنشئة الاجتماعية، والاستقرار الاجتماعي، وضبط السلوك، وإنتاج الهوية، وتفسير العالم الاجتماعي، ورغم التحديات المعاصرة المتمثلة في صعود الفردانية والإعلام الرقمي وتعدد المرجعيات، فإن هذه الجماعات لا تزال تحتفظ بتأثير مهم، مع إعادة تشكيل أدوارها بما يتناسب مع تحولات العصر. (إرجع الى المحاضرة).

المحاضرة 09: مدمجة/ الحركات الاجتماعية: الديناميات، آليات التعبئة والاتصال في السياقين التقليدي والرقمي.

الحركات الاجتماعية هي شكل من أشكال الفعل الجماعي المنظم تسعى إلى إحداث تغيير اجتماعي أو سياسي، وتنشأ عادة نتيجة اختلالات اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية، وتتطور دينامياتها تبعا لطبيعة الفاعلين وشبكات العلاقات وتوازنات القوة داخل المجتمع، وتعد **التعبئة** عنصرا مركزيا في هذه الحركات، إذ تقوم على حشد الأفراد والموارد وبناء هوية مشتركة تضمن استمرارية الفعل وفعاليته.

كما يبرز الدور المحوري لـ **الاتصال** في التعبئة، سواء عبر الوسائل التقليدية أو عبر الوسائط الرقمية، وقد أفرزت البيئة الرقمية حركات اجتماعية جديدة ما أتاح سرعة الانتشار وتوسيع المشاركة، مقابل تحديات مثل ضعف الاستمرارية، الرقابة، وتشتت الفعل الجماعي. (إرجع الى المحاضرة).

المحاضرة 10: مدمجة/ الجمهور والمجتمعات الافتراضية في العصر الرقمي: التحولات التكنولوجية، التفاعل، والهويات الرقمية.

تبرز التحولات التي عرفها مفهوم الجمهور في ظل التطور التكنولوجي، حيث لم يعد الجمهور ينظر إليه كمتلقٍ سلبي، بل أصبح فاعلا ومشاركا في الفضاءات الرقمية، فقد انتقل الاتصال من نموذج أحادي الاتجاه ارتبط بوسائل الإعلام التقليدية إلى نموذج تفاعلي يقوم على التعددية والمشاركة داخل الشبكات الاجتماعية.

يبرز دور **المجتمعات الافتراضية** بوصفها فضاءات رقمية تقوم على الاهتمامات المشتركة والتفاعل الرمزي، وتسهم في إعادة تشكيل أنماط العلاقات الاجتماعية.

وفي هذا السياق، برزت **الهويات الرقمية** التي تتيح للأفراد التعبير عن ذواتهم بمرونة وإعادة بناء حضورهم الاجتماعي داخل المجال الرقمي. (إرجع الى المحاضرة).