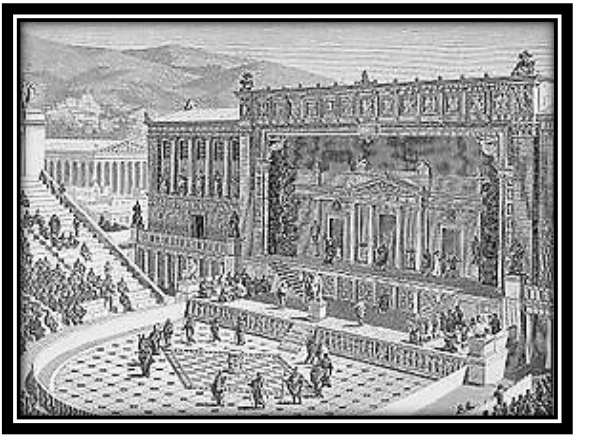
تاريخ الجماهير

مما لاشك فيه أن دراسة تاريخ الجماهير تساعد في توضيح الصورة عن الجماهير منذ أقدم العصور، واللافت للنظر أن وجود الجماهير كصوت مقابل لصوت السلطة كان ضعيفًا رغم تفوقهم العددي على حكامهم، ويرجع ذلك لوجود أدوات تم من خلالها السيطرة عليهم مثل العادات والتقاليد والأعراف والأديان والقوانين والوسائل الإعلامية والثقافية.

وعلى الرغم من أن الاتصال الجماهيري وأساليب الدعاية السياسية كانا موجودين في الحضارة المصرية القديمة، حيث تم ربط العقيدة الدينية بالسياسة والمجتمع، إلا أن تلك الممارسات لم تصل إلى مرحلة الفكر السياسي الواعي بمتغيرات الجماهير والسلطة إلا فيما بعد.



الجماهير في اليونان القديمة

يبدأ معظم الباحثين دراسة تاريخ الجماهير من اليونان وأثينا بالتحديد، فقد تميزت ديمقراطية أثينا بأن مواطني أثينا القديمة جميعهم كانوا يتخذون قراراتهم مباشرة بدلاً من التصويت على اختيار نواب.

فالديمقراطية التي اشتق اسمها من الكلمة اليونانية -demo kratia، ومعناها الحرفي حكم أو سلطة الشعب (demos) هي ابتكار يوناني أصيل.

الجماهير الرومانية

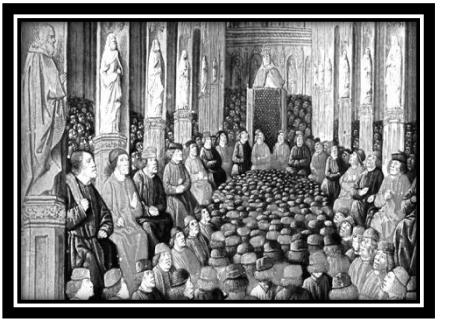
ورثت روما المجد اليوناني وخاصة في السياسة والفكر ولكنها لم تنجح في الحفاظ على المكتسبات التي حققتها الجماهير.

ففي القانون الروماني، كانت تعتبر مؤسسة شعب ومجلس شيوخ روما صاحبة سيادة عندما تكون مجتمعة، أما عند فصلهم، فإن "شعب روما" يحتفظ بسيادته، إلا أنَّ مجلس الشيوخ - الذي يستمد شرعيَّته من الشعب - يفقدها. في عهد المملكة الرومانية، لم يكن لا الشعب ولا مجلس الشيوخ ذا سيادة، لأن السلطة كلها كانت في يد الملك. بالتالي، يمكن افتراض أن هذا الاصطلاح لم يظهر قبل قيام الجمهورية الرومانية على الأقل.

الجماهير في العصور الوسطى

وينقسم إلى قسمين أساسيين:

أ. الجماهير عند الغرب المسيحي:



وقد تميزت تلك الفترة في أوربا بسيطرة الإعلام الديني وهيمنة رجال الدين والكنيسة على الشعب والجماهير.

ب. الجماهير عند العرب المسلمين:

وقد مرت علاقة الحكام المسلمين مع الشعوب التي غزوها بعدة مراحل، ففي البداية كانت أمور الرعية والشعب والشورى هي الأساس الذي يقوم عليه الحكم الإسلامي، وظهر ذلك في فترة حكم الخلفاء الراشدين، ثم تلا ذلك فترة الصراع حول الحكم وقيام الملكيات والتوريث، مما أثر على علاقة الحكام بشعوبهم وتضاءل دور الجماهير.

الجماهير في العصور الحديثة:

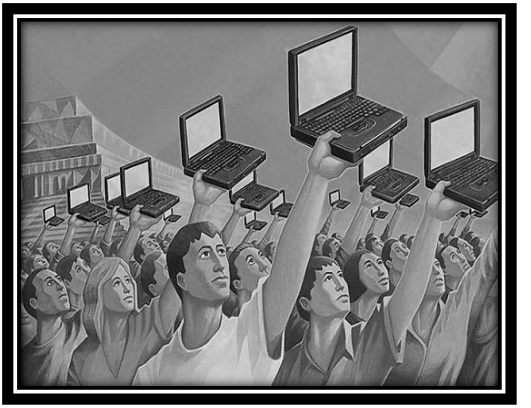
ويمكن تمييز علامات معينة عند التأريخ للجماهير في العصور الحديثة:

- **عصر الجماهير**

وتذكر موسوعة ويكبيديا أن القرن العشرين تميز بنمو القراءة وانتشارها، وسبل الاتصال الإلكتروني والكتابي على حد سواء؛ فأطلق بعض علماء الاجتماع والسياسة على هذه الحقبة صفة عصر الجماهير. ولم يعد التوجه الفكري والكتابي والإعلامي مقتصرًا على النخبة أو الشركات، إذ أصبحت الوسائل الإعلامية والثقافية جزءًا من الحياة العادية واليومية للمواطن، ومن العملية السياسية والحكومية والجهد الانتخابي والتمثيلي بحيث أدت إلى نشوء "علم اجتماع وسائل الإعلام" في الولايات المتحدة . وقبيل الحرب العالمية الثانية أخذت الطبقة السياسية الأمريكية تهتم بالاستفادة من تأثير وسائل الإعلام على الجماهير.

- **المجتمع المدني الإلكتروني**

لقد استخدم مفهوم المجتمع المدني كثيرًا في الفترة الأخيرة، ولعل بدايته تعود للفلسفة. فقد ظهرت فكرة المجتمع المدني في فلسفة أرسطو عندما تحدث عن Politike Koinonia وكان يعني به جماعة سياسية، ثم ترجمت في اللغة اللاتينية إلى Societies Civilis ومنه جاءت تسمية المجتمع الأهلي أو المدني. والإنسان بالنسبة لأرسطو هو في أعلى مستويات نشاطاته المختلفة؛ حيوان سياسي، والمدينة (Polis) تمثل غرضه أو غايته، وعلى الرغم من أن هذا المفهوم قد طرأت عليه تعديلات عديدة في العصور التالية؛ وخاصة في العصر الحديث، وكذلك التفسيرات المعاصرة؛ إلا أنه إجمالاً يمكن أن نشير إلى المجتمع المدني على أنه المجموعات، والجمعيات المستقلة عن الدولة والتي تشكل كياناً سياسيًا بعيدًا عنها، وقد ارتبط مفهوم المجتمع المدني بموضوع الديمقراطية ارتباطًا وثيقًا خلال العقود الثلاثة الأخيرة؛ حيث نجد أنهما أصبحا متلازمين بشكل يوحي بأنه لا يمكن أن توجد دولة ديمقراطية دون وجود مؤسسات للمجتمع المدني تعمل في إطارها؛ بل إننا نلاحظ أن الدولة تسعى إلى إنشاء أو المساعدة في إنشاء تلك المؤسسات التي تعطيها الصبغة الشرعية وتعُزز موقفها القانوني أمام المنظمات الدولية المختلفة.



ومن أبرز الأشياء الملفتة للنظر في الفترة الأخيرة هو تواجد جميع المؤسسات، وعلى رأسها مؤسسات المجتمع المدني على الإنترنت، وعلى الأخص على الفيس بوك كصفحات رسمية يتواصل من خلالها أعضاء تلك المجموعات ويديرون النقاش حول الموضوعات المختلفة.

بل إن كثيرًا من الشركات والمؤسسات أيضًا اعتبرت الفيس بوك مكاناً يوجد به موظفون متخصصون في خدمة العملاء عن طريق الإنترنت، ويقومون باعتبار الصفحة مكان تجمع رسمي يعبر عن آراء الشركة أو المؤسسة.

وكان لبيئة الإنترنت أن خلقت أيضًا شيئاً جديدًا هو الكيانات التي لا توجد على أرض الواقع، ولكنها كيانات تتواجد على الإنترنت وتقدم خدمات أو تهدف لربح أو ترويج أفكار، ولكن لا توجد لها مقرات أو أماكن ثابتة.

ونظـرًا لابتعـاد هـذه الكيانـات عـن أي التـزام بـأي قـوانين أو بيروقراطيـة حكوميـة، فقـد مارسـت أنشـطتها بحريـة كاملـة، واسـتطاعت أن تجتـذب العديـد مـن الأفـراد الـذين يهتمـون فقـط بأداء خدمة، أو حتى الوصول لمعلومات.

ولعـل ذلـك يشـير إلى اتجـاه نحـو العـالم الافتراضـي الـذي نشـأ بظهـور الإنترنـت، والـذي أنـتج مـا يمكـن تسـميته بـالمجتمع المـدني الإلكتروني، وهـو ما أدى إلى ظهـور المسـئولية الاجتماعيـة للشـركات، والهيئات، والمؤسسـات، والحركات المسـتقلة على الفيس بوك، ودور هـذه الكيانـات في تحقيـق التنميـة بمختلـف أشـكالها: سياسـية، واقتصادية، وفكرية، واجتماعية.