

Public opinion and the psychology of "collective spirit" according to Gustave Le Bon

Raga Khalid Hamad Othman *

Department of Philosophy, Faculty of Arts, Omar Al-Mukhtar University, Libya

* E-mail: raja.khalid@omu.edu.ly

الرأي العام و سيكولوجية "الروح الجماعية" عند غوستاف لوبون

رجاء خالد حمد عثمان

قسم الفلسفة، كلية الآداب، جامعة عمر المختار، ليبيا

Received: 28-07-2026; Accepted: 01-09-2026; Published: 10-09-2026

Abstract

In this study entitled "Public Opinion and the Psychology of the "Collective Spirit" in Gustave Le Bon," we address this topic through six paragraphs, relating to the concept of public opinion in Western thought, how public opinion is made, the relationship of public opinion to mass crowds, Gustave Le Bon and the concept of public opinion, the relationship of the collective spirit to the making of public opinion, the psychology of the collective spirit and the death of public opinion. We adopted a deconstructive approach, starting from the smallest concept to the largest one, which we then compiled.

Keywords: Collective spirit; public opinion; Gustave Le Bon; Western thought; masses.

المخلص

في هذه الدراسة المعنونة بـ "الرأي العام و سيكولوجية "الروح الجماعية" عند غوستاف لوبون"، نتناول هذا الموضوع من خلال ست فقرات، وتتعلق بمفهوم الرأي العام في الفكر الغربي، وكيف يُصنع الرأي العام؟، وعلاقة الرأي العام بالحدود الجماهيرية، وغوستاف لوبون ومفهوم الرأي العام، وعلاقة الروح الجماعية بصناعة الرأي العام، و سيكولوجية الروح الجماعية وموت الرأي العام، واعتمدنا منهجا تفكيكيا، منطلقين من أصغر مفهوم إلى أكبره ثم جمعنا فيما بعد.

الكلمات الدالة: الروح الجماعية؛ الرأي العام؛ غوستاف لوبون؛ الفكر الغربي؛ الحدود الجماهيرية.

المقدمة

تلازم ميلاد الديمقراطية مع ظهور الرأي العام كقضية محورية، وتزامن موت الرأي العام مع هيمنة الروح الجماعية. ومن كثرة الترويج لمفهوم الرأي العام أصبح يتم تناوله كأمر بديهي، ويستعمله القادة السياسيون والفاعلون المدنيون في كل وقت وحين لتبرير خياراتهم واستراتيجياتهم السياسية، بل وحتى تنظيم النقاشات داخل المجتمعات الحديثة.

غير أن ظهور مفهوم الرأي العام لم يكن بالسلسلة التي يعتقد بها البعض، بل رافقه كثيرا من التعقيدات، ومنها تعقيدات رافقت ميلاده بل تعريفه، إذ لم يتم لحد الآن وبعد قرنين من ظهوره الاتفاق على تعريف علمي له. كما أن علاقته بالديمقراطية بقيت لغزا تاريخيا، هل تستغله أم يتسغلها، لكن الأهم هو ميلاد مفهوم "الروح الجماعية"، التي أدت إلى موته أو على الأقل ذوبانه.

وحاولنا في هذه الدراسة تتبع مسارات ميلاد مفهوم الرأي العام من خلال نماذج من الفكر الغربي، وذلك منذ بداية تشكل الحدود الصغيرة إلى أن تطور وأصبح قضية تأثير في الحياة العامة، واخترنا من بين

رواد الفكر الغربي الذين تناولوا الرأي العام غوستاف لوبون لنسلط من خلاله الضوء على هذا المفهوم وكيف انتقل من دفاع عن الهويات الصغيرة إلى صناعة للتحكم في الشعوب، ومن ثم البحث عن طريقة وكيفية صناعته، وعن علاقته بالحشود الجماهيرية، وميلاد الرأي العام كمفهوم مختلف عند غوستاف لوبون تم العلاقة التي حاول ربطها بين هذا المفهوم والروح الجماعية تم كيف هيمنت هذه الأخيرة على الرأي العام.

I – مفهوم الرأي العام في الفكر الغربي

الرأي العام بما هو ظاهرة تعني التأثير على "المجموع" أو "الأغلبية" قضية عرفتها البشرية منذ ظهور الحشود المدافعة عن الهويات الصغيرة، غير أن المفهوم تطور حتى أصبح صناعة، الغرض منها توجيه الجموع نحو أهداف محددة لصالح تجمعات معينة قادرة على إدارة الصراع. فقبل "فترة طويلة من وجود رأي عام والشعور بذلك، فإن الأفراد الذين يشكلون أمة يدركون أن لديهم تقليدا مشتركا، ويخضعون عن قصد لقرارات عقل يعتبر متفوقا" (غابريال تارد 1902، ص 82). فلا يخرج الرأي العام عن هذا السياق حيث يلتقي مع "التقليد المشترك"، لكن من يقود ذلك هو "العقل المتفوق".

ولا يمكن بأي حال من الأحوال الخلط بين الرأي العام، الذي يتشكل وفق نسق ثقافي، وبين الأغلبية، التي تتشكل وفق نسق انتخابي، فحتى داخل الأنظمة غير الديمقراطية وحتى قبل ميلاد الديمقراطية، كانت هناك قوى (العقل المتفوق) تصنع رأيا عاما بخصوص قضية معينة، وهذا الموقف لا علاقة له بالحقبة، ولكن بمصلحة من يديره.

يقول عالم السكان والاقتصاد والمؤرخ و عالم الاجتماع والباحث الانثروبولوجي الفرنسي ألفريد سوفي "يوجد، في النظام الدكتاتوري، صنفان من الرأي العام، واحد مفتوح ومعبّر عنه، والآخر عميق، لكنه مختلف جدا، يكون تقريبا شبه سري أو مهموسا به إلى حد ما" (Alfred Sauvy 1964, p 14)، ويعتبر سوفي أن الرأي العام "كجسد أو تنظيم له حياة وقواعد خاصة، تختلف عن الأشخاص الذين يشكلونه" (Alfred Sauvy 1964, p15)، وبالتالي فالرأي العام هو التفاعل الكيماوي بين الآراء، المعبر عنها وغير المعبر عنها، لكن المندمجة في إطار الرأي الذي يتم توجيهه من قبل "العقل المتفوق". ويمكن القول "إن الرأي العام عبارة عن مجموعة مؤقتة من الأحكام المنطقية إلى حد ما، والتي تستجيب للمشاكل المطروحة، يتم استنساخها بشكل متعدد في أشخاص من نفس البلد، وفي نفس الوقت، ومن نفس المجتمع. ومن الضروري أيضا أن يكون لدى كل من هؤلاء الأشخاص وعي أكثر أو أقل وضوحا لتشابه الأحكام التي يحملونها من الأحكام الصادرة عن الآخرين" (غابريال تارد 1902، ص 86).. فالرأي العام بهذا التوصيف هو الحكم الجماعي المؤقت على قضية ما، يمكن أن تتغير الآراء حولها في فترة زمنية أخرى.

ولم تتفق الآراء الفلسفية والفكرية على تعريف موحد للرأي العام، حيث يرى وليم تيمبل أن الرأي العام معناه "وقتما يسلم عدد كبير من البشر حيواتهم وثرواتهم تسليماً مطلقاً لإرادة شخص واحد، لا بد أن قوة العُرف أو الرأي هي التي تخضع القدرة للسلطة" (William teamble 1950 ; p 376)، ويُعرف الرأي العام، بأنه تواصل حر وعلني من المواطنين إلى حكومتهم بشأن المسائل التي تهم الأمة، وهو ظاهرة من ظواهر الحضارة الطبقيّة الوسطى. وقد رافق اكتسابه أهمية سياسية، بل ويسّره، تغيرات معينة في المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع، وتحولات في التراتبية الاجتماعية. في بداياته، "انصبّ اهتمام الرأي العام على الشؤون الداخلية، ولكن خلال حروب الثورة الفرنسية وبعد مؤتمر فيينا، أصبح توظيف الرأي العام في الشؤون الدولية أمراً مقبولاً عمومًا بين رجال الدولة. واليوم، بات الحكم الفعال للرأي العام في مجال الشؤون الخارجية مُهددًا بخصائص محددة للحضارة الديمقراطية الحديثة" (Speier Hans 2009; p209).

ويربط جان جاك روسو بين الرأي العام والإرادة العامة، من حيث كونها أداة لقياس التوجه العام داخل الدولة، حيث يقول "الواقع أنه يوجد ألف نوع من الأفكار يتعذر ترجمتها إلى لغة الشعب، وكذلك المقاصد البالغة العموم، البعيدة الغور تكون خارجة عن إدراكه، وبما أن كل فرد لا يستحسن خطة للحكومة غير التي تلائم مصلحته الخاصة فإنه يجد من العسير عليه أن يحقق الفوائد التي يرجو نزعها

من الزهد الدائم الذي تفرضه القوانين الصالحة، ويجب لكي يستطيع الشعب الناشيء أن يتذوق مبادئ السياسة الصحيحة، ويتبع القواعد الأساسية لداعي الدولة، أن يصبح المعلول علة وأن تكون الروح الاجتماعية، التي يجب أن تصدر عن هذا النظام على رأس هذا النظام، وأن يكون الناس قبل القوانين ما يجب أن يكونوه بهذه القوانين، وهكذا إذا كان لا ينبغي للمشتري أن يستعمل القوة، ولا الدليل، فإن من الضروري أن يلجأ إلى سلطان من صنف قادر على الجذب بلا عنف وعلى الإقناع بلا قطع" (جان جاك روسو 2012، ص 69). فالرأي العام وسيلة لخلق الروح الجماعية أو الإرادة الاجتماعية.

بينما يرى كارل ماركس أن الرأي العام هو الوعي الزائف. ففي "النظرية الماركسية، يتم استخدام مصطلح الوعي الزائف لوصف السبل التي يُقال إن العمليات المادية والأيدولوجية والمؤسسية من خلالها تُضلل أفراد البروليتاريا وغيرهم من الفاعلين الطبقيين داخل المجتمعات الرأسمالية، مُخفية الاستغلال وعدم المساواة المتأصلين في العلاقات الاجتماعية بين الطبقات. وعلى هذا النحو، فإنه يُضفي الشرعية على وجود طبقات اجتماعية مختلفة" (False consciousness 2023).

فالتضليل الذي يمارس على الأفراد، هو نوع من صناعة الرأي العام. وفي إيطاليا ظهر في ثلاثينات القرن الماضي مفكرا ماركسيا هو أنطونيو غرامشي الذي قال إن الوعي الزائف أداة للسيطرة الأيدولوجية. وفي مذكراته من السجن، طرح مفهوم الهيمنة الثقافية، وهي "العملية التي تقوم بها الطبقات الحاكمة في ظل الرأسمالية، حيث تخلق معايير وقيماً ووصفات معينة، مما يؤدي إلى ثقافة يُعتبر فيها استمرار هيمنتها أمراً بديهياً ومفيداً" (Antonio Gramsci 2003 p. 28). الهيمنة مبدأ متأصل في السلط التي تسعى إليه عبر أدوات كثيرة وخصوصاً الأدوات الناعمة التي يأتي على رأسها هندسة الرأي العام.

غير أن لينين، قائد الثورة البلشفية ومؤسس الاتحاد السوفياتي وأكبر منظر للماركسية اللينينية والذي أسس للاشتراكية، يميز بين الرأي العام في المجتمعات الرأسمالية، والرأي العام في المجتمعات الاشتراكية، إذ يقول إن الرأي العام في الأولى "هو وسيلة تضليل تستخدمها البرجوازية لتزييف وعي الطبقة البروليتارية. وفي المجتمع الاشتراكي هو وسيلة قيادة وتوعية، مما يجعله مفهوماً طبقياً بامتياز، إذ أن الرأي العام السائد مجرد وهم تروّجه وسائل الإعلام والصحافة الممولة من أصحاب رؤوس الأموال والشركات، ويُستخدم كوسيلة لتبرير سياسات الاستغلال. فالوعي الثوري يجب أن يُنقل إلى العمال من الخارج عبر طليعة منظمة واعية (الطليعة الثورية)، والذي يتولى تشكيل وتوجيه الرأي العام العمالي الحقيقي" (Vladimir Ilyich Lenin, 1965, p 504)، ولهذا يعتبر لينين أن الرأي العام هو انعكاس للمصالح، التي لن تكون سوى متناقضة بين فئات وطبقات المجتمع، وبالتالي يمكن توظيفه من قبل القوى الاشتراكية أو الطليعة الثورية لفائدة ترسيخ الوعي والثقافة لدى المجتمع، ومواجهة الأطروحات الرجعية والبرجوازية. وبالجمله فإن الرأي العام من زاوية نظر لينين لا ينفك عن الصراع الطبقي.

بينما بنت مدرسة فرانكفورت، المعروفة بالمدرسة النقدية، مفهومها للرأي العام على أساس أنه "نقد لتزييف الوعي الجمعي وتحويل الجماهير إلى مستهلكين سلبيين خاضعين للهيمنة الرأسمالية. ولا ترى في الرأي العام أنه مجرد تعبير حر وعقلاني عن إرادة مجتمعية، ولكنه إنتاج وصناعة موجهة ومتحكم فيها عبر أدوات صناعة الثقافة والإعلام، فمع أدورنو وهوركهايمر، كانت المدرسة ترى أن الرأي العام هو "وعي زائف"، يتم التحكم فيه عبر أدوات الضبط، وعلى رأسها وسائل الإعلام، إذ أن هذه الأخيرة، كالسينما والإذاعة والصحافة، تحولت من وسائل للتثوير إلى وسائل للتسلية والتنمطي المجتمعي، وعن طريقها يتم ضخ مجموعة أفكار ومجموعة قيم موحدة، دورها هو تحويل الجمهور من منتج للأفكار والمعاني إلى مجرد متلق ومستلَب ليس بمستطاعه ممارسة النقد. لكن مع هابرماس، تم التمييز بين نوعين من الرأي العام، الأول أسماه المثالي، الذي نشأ في وقت سابق في الصالونات الأدبية والسياسية والثاني في العصر الحاضر وهو رأي عام مستلَب (حسن مصدق 2005).

بينما يرى بيبور بورديو أن الرأي العام غير موجود وهو عنوان مقال تأسيسي شهير، يقول فيه "إن الرأي العام الذي يظهر على واجهات الصحف في شكل نسب مئوية، هذا الرأي العام هو فقاعة مصطنعة، حيث

أن وظيفتها الأساسية التستر بحالة الرأي العام في زمن معين، على أنه نظام قوي وتوترات وبأنه لا يوجد ما هو ملائم أكثر، عن توجهات الرأي العام من هذه النسب المئوية" (بيير بورديو 1973. ص 113). وأضاف في المقال ذاته "في الوضعيات التي يتم فيها تشكيل الرأي، خاصة في أوضاع الأزمة، نجد أن الناس يكونون أمام آراء مشككة، آراء مدعمة من قبل جماعات، وهو ما يبرز على أن الاختيار بين مجموعة من الآراء هو اختيار بين هذه الجماعات. وهو أساس أثر التسييس الذي تنتجه الأزمة، ولابد من الاختيار بين جماعات تعرف نفسها سياسياً، كما تحدد أكثر فأكثر اتخاذ المواقف، من منطلق مبادئ سياسية صريحة" (بيير بورديو 1973. ص 119). فعند بورديو لا يوجد رأي عام بقدر ما توجد آراء لجماعات تفرضها عبر وسائل متعددة وعلى رأسها الإعلام، الذي خصص له حيزاً كبيراً من بحوثه.

II- كيف يُصنع الرأي العام؟

الرأي العام ليس شيئاً من عفو الخاطر وليس معطى واقعي، ولكنه صناعة كاملة مثلما تتم صناعة الأشياء والمواد والمقتنيات. ويتم ذلك من خلال إدارة الأفكار وتوجيه المشاعر لسوق الجماهير نحو أمر محدد. ولهذه الصناعة دورة كاملة لها مواد خام وإنتاج ومن الأدوات التي تدخل في صناعة الرأي العام وسائل الإعلام والبروباغندا والسوشل ميديا وتوظيف أدوات السيكلوجيا. ويتم توظيف هذا المنتج من خلال الخطاب العاطفي واستخدام المؤثرين.

و"يُعَدُّ التأطير عنصرًا أساسيًا آخر في تشكيل الرأي العام. ويُقصد بالتأطير عرض قصة أو خبر بطريقة معينة بهدف التأثير على موقف المستهلك. تُؤطر معظم القضايا السياسية بشكل مكثف لإقناع الناخبين بالتصويت لمرشح معين. على سبيل المثال، إذا صوّت المرشح (س) سابقاً لصالح مشروع قانون يرفع ضرائب الدخل على الطبقة المتوسطة، فسيكون عنوان الخبر المؤطر: "المرشح (س) لا يُبالي بالطبقة المتوسطة". وهذا يضع المرشح (س) في صورة سلبية في نظر قارئ الأخبار.

ويُعَدُّ الاستحسان الاجتماعي عنصرًا أساسيًا آخر في تشكيل الرأي العام. ويُشير الاستحسان الاجتماعي إلى ميل الناس عموماً إلى تكوين آرائهم بناءً على ما يعتقدون أنه الرأي السائد في المجموعة الاجتماعية التي ينتمون إليها. وبناءً على أجندة وسائل الإعلام وتأطيرها، غالباً ما يتكرر رأي معين عبر مختلف وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، حتى يُخلق رؤية زائفة قد تكون فيها الحقيقة المُتصورة بعيدة كل البعد عن الحقيقة الفعلية. عندما يُطلب من الناس إبداء رأيهم في موضوع يجهلونه، فإنهم غالباً ما يقدمون آراءً زائفة يعتقدون أنها سترضي السائل" (Daniels Eugene. 2015 p.398). وبالتالي يكون الرأي العام مجرد صناعة من طرف من يملك الأدوات. ومن هنا يستحق السؤال: كيف يُصنع الرأي العام مكانته؟

فمع "إقرار حق الاقتراع العام (للذكور) وما صاحبه من تطور، خلال النصف الثاني من القرن التاسع عشر، لأشكال جديدة من العمل الجماعي تنظمها جماعات "جماهيرية" كالأحزاب السياسية والنقابات العمالية، شهد مفهوم "الرأي العام" تحولاً تدريجياً. فقبل ذلك، كان الرأي العام حكراً تقريباً على نخبة من المواطنين، يُعتبرون من حيث المبدأ الأكثر اطلاعاً والأكثر تأهيلاً بفضل ذكائهم وأخلاقهم، والذين كان يُتوقع منهم، بعد نقاش عقلاني، أن يُعبروا علناً عن رأيهم ويفرضوه في مواجهة الرأي "العامي" و"المبتذل"، رأياً يُعتبر عادلاً في جوهره وموجهاً نحو "الصالح العام" (العالمي). وكان هذا الرأي "عاماً" بمعنى أنه، بحكم قيمته الجوهرية، كان يُراد له أن يُعلن للعامة. في أواخر القرن التاسع عشر، ومع صعود الحركات الجماهيرية والمظاهرات الشعبية (المرتبطة بشكل خاص بالتوسع الحضري والتصنيع)، ولا سيما مع انتشار الصحافة الشعبية والوطنية، ظهر شكل آخر من "الرأي العام"، منافساً للرأي السابق الذي تعايش معه حتى منتصف القرن العشرين قبل أن يحل محله. يُوصف هذا الرأي الجديد أيضاً بأنه "عام"، ولكن بمعنى مختلف، معنى يبدو أنه محكوم بالمنطق الديمقراطي: فهو، على الأقل ظاهرياً، رأي العامة أنفسهم" (Loïc Blondiaux 1998. p 25).

وهذا يعني أن صناعة الرأي العام بدأت مع المشروع الديمقراطي باعتباره ارتبط بالاقتراع العام، حيث شرعت القوى المتحكمة في البحث عن توجيه المواطنين نحو مرشح محدد أو حزب محدد أو مشروع سياسي محدد، وهذا التوجيه لا يهدف إلى الإقناع المنطقي ولكن الميل العاطفي.

فالرأي العام "يتشكل اعتماداً على التفاعل بين جماعات من الأفراد حول قضية أخلاقية، أو موضوعاً جدلياً تتعارض فيه الآراء، فالرأي العام هو عملية التفاعل التي تحدث بين أفراد مجتمع ما، حول إحدى القضايا المطروحة، بحيث يتكون رأي الجماعة كتعبير عن ذلك التفاعل بين جميع المواقف" (عينة المسعود 2021، ص 134).

إن الرأي العام "ليس بالظاهرة الجامدة ولا المنفعلة، إنه جملة الروى والقناعات والأفكار الواعية التي تحقق شرط التفاعل بين الفاعلين السياسيين. وهذا التوجه الدينامي لمفهوم الرأي العام يؤسس أبعاده ضمن السياق السياسي العام الذي عرفته دول العالم منذ تسعينيات القرن الماضي، وانتقالها من مجتمعات جماهيرية إلى مجتمعات شبكية، فالرأي العام الحقيقي يجب أن يمتلك كفاءة سياسية كشرط ضروري في تكوينه، حتى يحق له المساهمة في ضمان حرية التعبير وحرية المشاركة في النقاشات والتجمعات وصناعة القرارات السياسية، وهذا الأمر لن يتم بدوره إلا من خلال الحضور العقلاني والواعي للفاعلين السياسيين" (محسن تلوان 2024، ص 229). غير أن ما يتم استخلاصه من خلال التتبع التاريخي لتطور الرأي العام فهو عبارة عن صناعة الإنسان ذو البعد الواحد بتعبير هربرت ماركوز من مدرسة فرنكفورت.

III - علاقة الرأي العام بالحشود الجماهيرية

شكلت علاقة الرأي العام بالحشود الجماهيرية إحدى أهم أدوات تعريف "الرأي العام" بل إحدى أهم الأدوات لتوجيه الرأي العام وتكثيفه وتوظيفه للأغراض المراد تحقيقها "إن عملية حشد الرأي العام، لم تصبح عملية كمالية تستعملها السلطة السياسية للتباهي بمدى ديمقراطية أنظمتها ومدى تطبيقها أيضاً لحرية الرأي والتعبير عنه عند المواطن، بل وظيفة استراتيجية تفوق في وقتنا الحالي نتائج العمليات العسكرية والبوليسية والأجهزة النظامية الأخرى كما تفوق أيضاً الحملات التي تقوم بها وسائل الإعلام العمومية، في مهام المساندة والبحث عن مصداقية مخرجات السلطة السياسية من قرارات وقوانين واستراتيجيات تنموية" (يوسف تمار 2023، ص 114)، فالحشد هنا لا يسعى إلى مشاركة العموم في صناعة الرأي المشترك، ولكن في إقحام العموم في آراء منتجة في أمكنة وراء الستار.

كما "لم تعد عمليات حشد الرأي العام أيضاً من الأعمال المشينة التي توحى بخلفياتها إلى عمل الأنظمة الديكتاتورية والأنظمة التسلطية، حتى ولو كانت هذه الطريقة للحشد، لا زالت وظيفة تقوم بها في بعض الدول، في قمعها لشعبها وتقييد حريته في التعبير والإدلاء بأرائه والمشاركة الفعالة في الحياة السياسية، لكننا نقصد بالحشد، العمليات الإيجابية في التوعية والترشيد وحث المواطن على الانغماس أكثر في الحياة المجتمعية، وعلى المدى الطويل الرضا والاندماج الذي يخلق نوعاً من الترابط بين قوى المجتمع وأجزاء الجسد السياسي" (يوسف تمار 2023، ص 114). فتوجيه الرأي العام نحو القضايا الإيجابية هي محاولة لإقناع العموم بأنهم مساهمون في صناعة القرار حتى يتمكنوا من إدماج الجموع في الجسد السياسي.

ف"الرأي العام هو نتاج للتفاعل بين جماعات حول حدث في سياق اجتماعي سياسي، وهو ليس بالضرورة رأي الأغلبية أو الرأي الشاسع بين الأفراد، حيث نرى أن رأي بعض جماعات الأقلية قد يمارس التأثير الأقوى بكثير في تشكيل الرأي العام والتعبير عنه من تأثير رأي جماعة الأغلبية. والرأي العام باعتباره نتاجاً جمعياً يمثل الجمهور في تحركه نحو اتخاذ فعل تجاه قضية ما والرأي العام يتضمن الوصول بهذا الرأي إلى من بيدهم اتخاذ القرار" (مجاهد، جمال 2005، ص 28).

ويعتبر التضليل أكبر وسيلة تستعمل التحشيد لتوجيه الرأي العام "فهم دور الديماغوجيين والتضليل في التعبئة الناجحة للصراعات السياسية واسعة النطاق، ركز الباحثون في علم النفس التطوري على مشكلة التنسيق والآليات النفسية الكامنة التي صممتها عملية الانتقال الطبيعي لحل هذه المشكلة التكيفية الهامة" (Michael Bang Petersen 2020, p 71).

ولهذا تم التركيز على هندسة الرأي العام حتى يصب في خدمة الروح الجماعية، التي ليست سوى ما تريده تجمعات المصالح الكبرى، ف"غالباً ما تكون الصراعات البشرية قائمة على أساس جماعي. ينصب تركيز منظور التلاعب على أن الجماعات يمكن أن تنشأ من خلال مواءمة تفضيلات" (Michael Bang Petersen 2020, p 73). فالأساس الجماعي هو المؤسس لصناعة الرأي العام، و"بدلاً من التلاعب

الديماغوجي، تشير الأدلة إلى أن العلاقة بين تفضيل القادة السلطويين ودعم العدوان تعكس أثرًا سببيًا من العدوان إلى هذه التفضيلات. تؤدي التجارب التي تحفز العداء بين الجماعات - وليس أشكال التهديد الأخرى إلى زيادة الدعم لهؤلاء القادة" (Michael Bang Petersen 2020, p 74).

IV – غوستاف لوبون ومفهوم الرأي العام

منذ أكثر من قرن كتب الطبيب والمؤرخ والمفكر الفرنسي غوستاف لوبون كتابه الموسوم بـ "سيكولوجيا الجماهير"، الذي أكد فيه أن "الرأي العام" هو ليس خلاصة تفكير وتدبير منطقي وعقلي ولكن هو نتيجة الانفعالات النفسية والعواطف التي تجمع الحشود، حيث يكون الوعي منعما ليرك مكانه لتوجيه القادة والمؤثرون الذين يستعملون الصور والشعارات بعيدا عن أي تفسير عقلي.

ف" الأحداث الضخمة الماثورة التي تتناولها كتب التاريخ فهي ليست إلا الآثار المرئية للمتغيرات اللامرئية التي تصيب عواطف البشر. وإذا كانت لا تظهر إلى السطح إلا نادراً، فذلك لأن المخزون الوراثي لعواطف عرق بشري ما هو عنصره الأكثر ثباتاً" (غوستاف لوبون، 1991، ص 39)، فالكاتب يريد هنا القول إن أكثر العوامل تحولا لدى البشر هي العواطف، وهي التي تصنع التحولات، لأنها هي التي تصنع التوجه العام النابع عن الرأي العام المتولد عن تحريك عواطف الحشود.

يقول لوبون في كتابه، الذي دونه أواخر القرن التاسع عشر "منذ قرن فقط، كانت السياسة التقليدية للدول والمنافسات الجارية بين الحكام هي التي تشكل العوامل الأساسية لتحريك الأحداث. ولم يكن لرأي الجماهير في الغالب الأعم أي قيمة. وأما اليوم فنلاحظ أن التقاليد السياسية والتوجهات الفردية للملوك والحكام والمنافسات الكائنة بينهم لا تؤثر على مسار الأحداث إلا قليلا. وقد أصبح صوت الجماهير راجحا وغالبا. فهو الذي يملئ على الملوك تصرفاتهم. ولم تعد مقادير الأمم تحسم في مجالس الحكام، وإنما في روح الجماهير" (غوستاف لوبون، 1991، ص 44)، لقد تم اختزال الرأي العام في صوت الجماهير، وهو صوت متشكل من تحريك العواطف من طرف القادة، وانتقل حسم الأمر من مجالس الحكام إلى روح الجماهير، وإن كان لوبون لم يحدد العلاقة بين مجالس الحكام والرأي العام، ولم يتحدث عن الوساطة بينهما، التي هي المحرك للعواطف، بغض النظر عن طبيعة هذه العواطف.

وهكذا يقول لوبون "بسبب حساسية الجماهير المفرطة، تتضخم مشاعرهم، سواء أكانت إيجابية أم سلبية. ويزداد هذا التضخم حدة خلال الثورات. فأدنى إثارة تدفع الجماهير إلى أعمال عنف. كما تزداد سذاجتهم، التي كانت واسعة أصلاً في الأوقات العادية، فيصدقون أكثر القصص غرابة. يروي آرثر يونغ أنه أثناء زيارته للينابيع قرب كليرمونت خلال الثورة، أوقفه الناس ظناً منهم أنه جاء بأمر من الملكة لزرع الألغام في المدينة وتقجيرها. وانتشرت آنذاك أفطع الحكايات عن العائلة المالكة، التي كانت تُعتبر تجمعا للغيلان ومصاصي الدماء" (Gustave Le Bon 1912, p 84)، وهنا يرسم لوبون طريقة صناعة الرأي العام، عن طريق نشر الشائعات حول قضية وتحويلها إلى أمر مخيف، يكون محركا لمشاعر العامة، بعيدا عن أي تفكير منطقي، وتحويل الخبر العادي إلى خبر تاريخي قادر على التحريك العام للجماهير.

والسؤال المطروح هو كيف تنشأ هذه الإرادات والمشاعر المشتركة؟ يجيب غوستاف لوبون قائلا "تنتشر بالعدوى، لكن لا بد من وجود نقطة انطلاق لإحداث هذه العدوى. القائد، الذي سنتناول دوره في الحركات الثورية لاحقا، يؤدي هذه الوظيفة. فبدون قائد، يصبح الحشد كيانا مبهمًا، عاجزًا عن الفعل" (Gustave Le Bon 1912, p 85)، في غياب القائد الموجه للمشاعر والعواطف تتحول الحشود إلى فوضى، وهنا تنتهي قيمة الرأي العام ويصبح غير ذي جدوى.

ويرى لوبون "أن دخول الطبقات الشعبية في الحياة السياسية وتحولها التدريجي إلى طبقات قائمة يمثل أحد الخصائص الأكثر بروزاً لعصرنا، عصر التحول. وهذا الحدث الجديد لم يكن في الواقع، متأثراً بحق التصويت العام الذي بقي ضعيفاً طيلة فترة طويلة والذي كان ذا توجه سهل جداً في البداية. وإنما لاحظنا أن ولادة قوة الجماهير قد نشأت أولاً عن طريق نشر بعض الأفكار التي زرعت في النفوس بشكل بطيء، ثم بواسطة التجميع المتدرج للأفراد من خلال الروابط والجمعيات. وقد أدى هذا التجمع إلى تجسيد بعض المفاهيم التي كانت قد بقيت نظرية حتى ذلك الوقت. وقد أتاح هذا التجمع للجماهير أن تبلور الأفكار التي إن لم تكن عادلة جداً، فعلى الأقل كانت واعية جداً بمصالحها وقوتها" (غوستاف لوبون، 1991، ص

(45)، لكن الكاتب لا ينظر إلى هذه التحولات على أنها تحولات واعية إذ أن "معرفة قوانين سيكولوجية الجماهير ضرورية لتفسير أحداث ثورتنا، وفهم سلوك التجمعات الثورية، والتحولات الفريدة التي طرأت على الرجال المشاركين فيها. مدفوعين بقوة اللاوعي الكامنة في الروح الجماعية، غالباً ما قالوا ما لم يرغبوا بقوله، وصوتوا بما لم يكونوا ليصوتوا به" (Gustave Le Bon 1912 , p 87). يركز لوبون على اللاوعي في صناعة الرأي العام، باعتباره الآلية الكبرى لتحريك الجماهير دون أي اعتبار لمدى عقلانية الفكرة أو خضوعها للمنطق. وهذا ما عبر عنه لوبون بقوله "إن الجماهير غير ميالة كثيراً للتأمل، وغير مؤهلة للمحاكمة العقلية. ولكنها مؤهلة جداً للإنخراط في الممارسة والعمل. والتنظيم الحالي يجعل قوتها ضخمة جداً" (غوستاف لوبون، 1991، ص 45)، حيث يفصل هنا بين القوة العقلية، التي تحكم الأفكار، وبين القوة الجياشة للعواطف، التي تثبت الأفكار في نفوس الجماهير. ف"مهما تكن العوامل الأولى لتطور الأمة، سياسية كانت أم دينية أم اقتصادية أو غيرها، لا تؤثر تأثيراً عميقاً إلا بعد أن تتحول إلى عادات لاشعورية إذ يعود البرهان لا يؤثر فيها" (لوبون، 2012، صفحة 39)، وهنا يركز الفاعل السياسي وغيره على إبعاد الفكرة عن العقلانية وتقريبها من العاطفة، أي نقلها من الوعي إلى اللاوعي حتى يمكن من خلالها قيادة الجماهير نحو الهدف الذي يتم رسمه خارج دائرة تطلعات الناس وهم منفردون.

إن "نفسية الجماهير تبين لنا إلى أي مدى يكون تأثير والمؤسسات ضعيفاً على طبيعتها الغرائزية العنيفة. كما وتبين لنا إلى أي مدى تبدو عاجزة عن تشكيل أي رأي شخصي ما عدا الآراء التي لقنت لها أو أوحيت إليها من قبل الآخرين. ولا يمكن للقواعد المشتقة من العدالة النظرية الصرفة أن تقودها. وحدها الانطباعات التي يمكن توليدها في روحها يمكنها أن تجذبها" (لوبون، 2012، صفحة 39)، وكي يفسر ما ذهب إليه ضرب مثلاً يبدو بسيطاً لكنه عميق، إذ أنه إذا ما أراد مشروع ما أن يفرض ضريبة جديدة، فهل ينبغي عليه أن يختار الضريبة الأكثر عدالة نظرياً؟ بالتأكيد لا. فالضريبة الأكثر ظلاماً يمكنها أن تكون الأفضل بالنسبة للجماهير إذا كانت الأقل مرئية والأقل ثقلاً من حيث المظهر. وهكذا يمكن للضريبة غير المباشرة أن تصبح دائماً مقبولة من قبل الجماهير حتى لو كانت باهظة. فبما أنها موزعة يومياً على مواد الاستهلاك بمبالغ زهيدة جداً، فإنها لا تزج عادات الجماهير ولا تخيفها. ولكن إذا ما بدلناها بضريبة تتناسب طردياً مع الرواتب أو الموارد الأخرى وطلب من الجماهير أن تؤديها دفعة واحدة فإنها ستثير الاحتجاجات الهائلة حتى ولو كانت أقل من السابقة بعشر مرات.

وتتم عملية استدراج الجماهير عن طريق "العدوى الذهنية التي هي أمر روحي ينشأ عنه التسليم ببعض الآراء والمعتقدات تسليماً غير إرادي، ومصدرها دائرة اللاشعور؛ لذلك لا يؤثر فيها أي دليل أو تأمل. ونشاهد في البشر والحيوانات وخاصة عندما يكونوا في حالة جماعة، وهي من التأثير بحيث تسيطر على التاريخ" (لوبون، 2012، صفحة 165)، فالجماهير تبحث دائماً عما يدغدغ مشاعرهم عبر الشعارات الرنانة والأوهام بدل الحقائق التي تتعب في البحث عنها، فالجمهور لا يفكر بالمنطق ولا يحتاج إلى الحجج والأدلة، بل يحتاج فقط إلى من يحشد عواطفه ومشاعره، ففي مثل هذه الحالات فإن الفرد يفقد عقله الفاحص للأفكار حين ينضم إلى الحشد وينقاد للعدوى النفسية.

V – علاقة الروح الجماعية بصناعة الرأي العام

ما هي الروح الجماعية، وما هو دورها في صناعة الرأي العام، وما هو دورها في توجيهه نحو تحقيق الأهداف المرسومة في الغرف المغلقة؟ نقاس الروح الجماعية بما تحققه من نتائج، فهي الشعور المشترك بين أفراد الجماعة الواحدة، وهي الروابط العاطفية والنفسية، التي تقوم بتحريك وصناعة وتوجيه الرأي العام، وفي هذه الروح الجماعية تذوب كل الأفكار الشخصية لفائدة الأفكار الكلية، وهذا الأمر يقوم بتسهيل تشكيل اتجاهات الجمهور والضغط عبر المنصات الرقمية أو الحركات الاجتماعية. "إن ذوبان الشخصية الواعية للأفراد وتوجيه المشاعر والأفكار في اتجاه واحد يشكل الخصيصة الأولى للجمهور الذي هو في طور التشكل. ولكن ذلك لا يتطلب بالضرورة الحضور المتزامن للعديد من الأفراد في نقطة واحدة ذلك أنه يمكن الآلاف الأفراد المنفصلين عن بعضهم البعض أن يكتسبوا صفة الجمهور النفسي في لحظة ما وذلك تحت تأثير بعض الإنفعالات العنيفة أو تحت تأثير حدث قومي عظيم مثلاً. وإذا ما جمعهم

صدفة ما كانت كافية لكي يتخذ سلوكهم فوراً الهيئة الخاصة بأعمال الجماهير"" (غوستاف لوبون، 1991، ص 54)، فالحدث القومي يعتبر المفتاح الرئيسي لميلاد الروح الجماعية، التي تختلف تسميتها حسب الأمم وحسب المفكرين، واختار غوستاف لوبون تسميتها "روح الجماهير" أحياناً و"الروح الجماعية" أحياناً أخرى.

يقول لوبون إن "الظاهرة التي تدهشنا أكثر في الجمهور النفسي هي التالية: أيّاً تكن نوعية الأفراد الذين يشكلونه، وأياً يكن نمط حياتهم متشابهاً أو مختلفاً وكذلك اهتماماتهم ومزاجهم أو ذكاؤهم، فإن مجرد تحولهم إلى جمهور يزودهم بنوع من الروح الجماعية" (غوستاف لوبون، 1991، ص 54). فالروح الجماعية هي لازم التحول من التشكلات الفردية إلى التشكلات الجماعية، أي الانتقال من الفرد إلى الجمهور. لكن تبقى الروح الجماعية غائبة لدى الأفراد الذين لا يشاركون في الأنشطة الجماعية أو لا يدعمون القيم المشتركة، مما يسبب احتكاكاً من خلال إعطاء الأولوية للأفعال الفردية على الأهداف الجماعية. ويُعتقد أن الروح الجماعية في البيئات الحضرية غير فعالة في تنظيم التفاعلات البشرية، على عكس البيئات الريفية حيث تكون العلاقات العاطفية متأصلة بعمق في اللاوعي، مما يؤثر على التعبير الجماعي عن الإيمان.

وذهب البعض إلى أن الروح الجماعية يمكن تشبيهها بالعدوى التي تنتقل الأمراض، فهي تنتقل المفاهيم والأفكار، التي لم ينتجها المجتمع وإنما أنتجتها النخبة، ف"كلما زاد عدد الذين يتبنون سلوكاً ما، تعاضم التوقع بأن الآخرين سيستحسنون القرار" (ديمون سننولا 2022 ص 67)، وقد تنتقل القضية من مجرد تبني صغير من قبل بضعة أشخاص إلى التبني العام، وقناة المرور هنا هي الروح الجماعية، التي تسهل عبور الفكرة من موقع انطلاقها إلى محطة وصولها.

فإذا كانت العدوى المرضية تعتبر مسلكاً لمرور الفيروسات وانتشار الأمراض، فإن العدوى العقلية أو الذهنية تعتبر أحد الأسباب المؤدية إلى ظهور الصفات الخاصة بالجماهير. "فهي تتدخل أيضاً لكي ترصد لدى الجماهير تجليات الصفات الخاصة، ثم لكي توجهها في نفس الوقت. والعدوى ظاهرة تسهل ملاحظتها، ولكنها غير مفسرة حتى الآن" (غوستاف لوبون، 1991، ص 58)، وهكذا تكون للعدوى وظيفة مزدوجة، فهي من جهة تبحث عن الصفات الخاصة لدى المواطنين، قصد استعمالها بغرض التوجيه، كما أنها وسيلة ظهور هذه الصفات، فتكون بذلك وسيلة بحث وتقريب عن الصفات الخاصة ووسيلة إظهار لها، وتكون قناة الإظهار هي هذه الروح الجماعية.

ف"لدى الجمهور نجد أن كل عاطفة وكل فعل هما معديان بطبيعتهما، وهما معديان إلى حد أن الفرد يضحى بسهولة كبيرة بمصلحته الشخصية من أجل المصلحة الجماعية. وهذه قابلية معاكسة لطبيعته، ولا يمكن للمرء أن يمتلكها إلا إذا أصبح جزءاً من الجمهور" (غوستاف لوبون، 1991، ص 59)، يعني أن عملية الإظهار للفعل المعدي، تنطلق من الجزء الأصغر في هذه العملية، ويتعلق الأمر هنا بالعاطفة أو غيرها من الأفعال القابلة لأن تكون فعل إعداء، وتحولها عبر أدوات متعددة لتصبح فعلاً عاماً، وهو ما لا يتردد غوستاف لوبون في تسميته بـ"الرأي العام".

فهذه الصفة هي التي جعلت "لا شيء متعمداً أو مدروساً لدى الجماهير. فهي تستطيع أن تعيش كل أنواع العواطف وتنتقل من النقيض إلى النقيض بسرعة البرق وذلك تحت تأثير المحرض السائد في اللحظة التي تعيشها" (غوستاف لوبون، 1991، ص 64)، وهذه التحولات هي التي جعلت الجماهير التي خرجت في سوريا سنة 1961 داعمة للوحدة مع مصر واستمرارها، لكن نفس التظاهرة تم التلاعب بها وانقلبت ضد الوحدة، وهي التي أوحى للمفكر العربي مصطفى حجازي بكتابة مؤلفه العمدة "سيكولوجية الإنسان المقهور".

وليس "الجمهور بحاجة لأن يكون كثير العدد لكي تدمر إمكانيته على الرؤية بشكل صحيح، ولكي تحل الهلوسات محل الوقائع الحقيقية التي لا علاقة لها بها فيكفي أن يجتمع بعض الأفراد لكي يشكلوا جمهوراً، وحتى لو كانوا علماء متميزين، فإنهم يتحولون بكل صفات الجماهير فيما يخص الموضوعات الخارجية عن دائرة اختصاصهم. ذلك أن ملكة الملاحظة والروح النقدية التي يمتلكها كل واحد منهم تضمحل وتنبخر" (غوستاف لوبون، 1991، ص 69)، ولا تميز في صناعة الجمهور، الذي يتحرك بعواضفه لا بعقله، بين عوام الناس وبين علمائهم.

والاعتماد على العواطف، باعتبارها أحد أهم عناصر الروح الجماعية، قد يجعل من تحركات الجماهير وسائل للتدمير والتخريب وصناعة كل أنواع التحول لأن "الجماهير إذ تحرض بذلك تصبح قادرة على البطولة والتفاني من أجل قضية نبيلة. وهي أكثر قدرة على ذلك بكثير من الإنسان المعزول" (غوستاف لوبون، 1991، ص 75)، فالإنسان المعزول هو تفسير نقيض الروح الجماعية، فكلما انفصل الشخص عن عزلته كلما اقترب من جماعة الناس، وكلما توغل في الاجتماع البشري كلما اقترب من روح الجماعة إلى أن يتلبس بها، ويصبح هو المدافع عنها وعن مقتضياتها، بل يصبح فاعلا وصانعا. و"لما كانت الأفكار تستعصي على الجماهير إذا لم تتخذ هيئة بسيطة جداً فإنه ينبغي لكي تصبح شعبية أن تتعرض لتحويل كامل. وعندما يتعلق الأمر بأفكار فلسفية أو علمية عالية نسبياً، فإننا نلاحظ مدى عمق التحويل اللازم لكي تنزل من طبقة إلى طبقة حتى تصل إلى مستوى الجماهير. وهذه التحولات تعتمد أساساً وبشكل خاص على العرق الذي تنتمي إليه هذه الجماهير، ولكنها دائماً تخفيفية وتبسيطية للأفكار المعنية. كما أنه لا يوجد في الواقع من وجهة النظر الاجتماعية أية مراتبية للأفكار، أقصد للأفكار العالية قليلاً أو كثيراً. فبمجرد أن تتوصل فكرة ما إلى الجماهير وتقدر على تحريكها فإنها تصبح معرأة من كل ما صنع رفعتها وعظمتها" (غوستاف لوبون، 1991، ص 83)، وفي الروح الجماعية تنعدم العقلانية ويقترب الإنسان من اللاعقلانية، ولهذا يتم الانتقال من مستوى إلى آخر، خصوصاً إذا كان المقصود بالأفكار التي يسعى إلى ترويجها تلك الأفكار ذات النفس العالي، وخصوصاً ما يتعلق بالأفكار ذات الطابع الفلسفي، التي يتم نقلها عما يسميه أنكونيو غرامشي بالمتقف العضوي، الذي ينزل من برجه العاجي ليرافق الجمهور ومن ثم زرع الأفكار بداخلهم، حتى يتم تبنيها. لكن المتقف العضوي ليس بالقادر على بث تلك الأفكار بالسرعة المطلوبة، التي تحتاج إلى توظيف آليات خارج العقل والفكر والاعتماد على العاطفة والتجيش والتشديد.

ويقود التشديد إلى إنتاج عقلية "القطيع"، التي هي ظاهرة نفسية واجتماعية، من خلالها أو عبرها يتم فيها تقليد الأفراد أفعال أو أفكار مجموعة من الناس دون تفكير عميق، ولا يتم ذلك عن طريق التفكير، ولكن تتم بدافع الشعور بالأمان، أو الخوف من الاختلاف، أو الرغبة في القبول الاجتماعي والمكانة بين الناس، بل إن البعض يتحول من شخص منعزل وخائف إلى شخص يظهر حركات بطولية وهمية تصل أحياناً إلى التضحية بالنفس.

ويذكر أن العديد من البحوث أجريت على الأشخاص لفهم تصرف البشر في الجماعة الواحدة عندما يقومون بالتصرف بسلوك متشابه في نفس الوقت أي ما يعرف بـ "أخلاق القطيع" أو سلوك القطيع"، فوجدوا أنه في الجماعة الواحدة، يميل الأشخاص الأقل مركزاً أو الأقل تأثيراً في الجماعة إلى التصرف بسلوك من هم أعلى مركزاً أو أحسن حالة وظيفية أو اجتماعية. ومن أشهر الأمثلة على سلوك القطيع في المجتمعات البشرية: سلوك الأشخاص في سوق الأسهم، وأثناء المظاهرات، وأثناء اتخاذهم للقرارات الروتينية.

وكمثال على ذلك "السلوك الذي يقوم به الأشخاص الذين ينتمون لجماعة ما عندما يقومون بالتظاهر احتجاجاً على وضعهم أو على قرار لم يعجبهم، أو عندما يقوم من ينتمي لطائفة أو عرق معين بالدفاع عن عرقه وطائفته. حيث يلجأ هؤلاء الأفراد إلى التجمع في مكان ما والتصرف بطريقة غوغائية عشوائية، فينتج عنه إصابات أو وفيات في كثير من الأحيان" (سلوك القطيع)

وانتشار السلوك بين الجماعات يأخذ وقتاً لينتشر بين الجموع حيث يرى لوبون أن "سلطة الجماعات تولدت رويداً رويداً بانتشار بعض الأفكار التي رسخت في الأذهان أولاً وبتدرج الأفراد في تكوين الجماعات للوصول إلى تحقيق تلك النظريات ثانياً. فالاجتماع هو الذي ولد في الجماعات قوة إدراك منافعها، ومع كونه ليس إدراكاً تاماً فهو ثابت متين، والاجتماع هو الذي جعلها تشعر بما لها من القوة والسلطان، وهذا أصل تأسيس الجمعيات التي تخضع أمامها السلطات واحدة بعد الأخرى، وغرف التجارة التي تطمح إلى السيطرة على العمل وأجور العمال، وإن خالفت في حكمها قواعد الاقتصاد وأصول تدبير الثروة العامة" (غوستاف لوبون، 2013، ص 16)، فروح الجماعة تنتج عن الاجتماع البشري، وهذا الاجتماع هو الذي يدفع نحو خلق أنواع التشديد التي تجتمع في النهاية لخلق ما يسمى "روح الجماعة" أو "الروح الجماعية".

وهذا ما فسره في كتابه السابق على كتاب "روح الاجتماع"، أي "سيكولوجية الجماهير"، حيث قال عندما "تتوصل فكرة ما بواسطة مجريات متعددة إلى الإنعكاس في روح الجماهير فإنها تكتسب قوة لا تقاوم وينتج عنها سلسلة من الإنعكاسات والنتائج. فالأفكار الفلسفية التي أدت إلى الثورة الفرنسية أخذت وقتاً طويلاً قبل أن تنعكس في الروح الشعبية. ونحن نعلم مدى قوتها التي لا تقاوم بعدما استقرت في النفوس" (غوستاف لوبون، 1991، ص 84)، لكن قبل استقرارها في النفوس لابد أنها مرت من مسالك غير عقلانية على رأسها الخيال وما يشبهه "إن الخيال الخاص بالجماهير، كخيال كل الكائنات التي لا تفكر عقلانياً، مهياً لأن يتعرض للتأثير العميق. فالصور التي تثيرها في نفوسهم شخصية ما أو حدث ما أو حادث ما لها نفس حيوية وقوة الأشياء الواقعية ذاتها. فالجماهير تشبه إلى حد ما حالة النائم الذي يتعطل عقله مؤقتاً ويترك نفسه عرضة لانبثاق صورة قوية ومكثفة جداً، ولكنها سرعان ما تنتبخر على محك التفكير" (غوستاف لوبون، 1991، ص 84)، فصناعة الروح الجماعية تقتضي حالة الغيبوبة العقلية والفكرية، وهي غيبوبة محدودة في الزمن، أي إذا استطاع قادة الجماعات التمكين لأفكارهم في لحظات سرمنة الجماهير، التي تسير وكأنها نائمة، أصبحت أفكارهم مغروسة في المجتمع وحينها يتحول المجتمع نفسه عن مدافع عن هذه الأفكار نيابة عن أصحابها. فالجماعات كالدوات التي لا تتعقل في حدة التخيل وفعله الدائم، وفي قابليتها للتأثر الشديد، ف"الصورة التي تحضرها من إنسان أو واقعة أو رزء تكاد تؤثر فيها كما لو كانت الحقيقة بعينها، وحال الجماعات أشبه بالمنوم الذي تقف فيه حركة العقل هنيهة فتحضر في ذهنه صور مؤثرة جداً، لكنها تزول بمجرد التأمل فيها. ولما كانت الجماعات لا تعرف التعقل ولا التأمل كانت كذلك لا تعرف أن شيئاً ما غير معقول، وغير المعقول هو الأشد فعلاً في النفس غالباً. لهذا كانت الجهة الغربية والقصصية مما يقع تحت حواس الجماعة أكبر مؤثر فيها، وإذا دققنا النظر في حضارة ما وجدناها إنما تقوم على الغريب والقصص، كذلك التاريخ للظاهر فيه شأن أكبر من الواقع والوهمي سائد على الحقيقي" (غوستاف لوبون، 2013، ص 16)، لهذا تتداخل في صناعة الروح الجماعية عوامل عديدة، فبالإضافة إلى الخيال هناك آلية القص والحكاية، أو ما يصطلح عليه حالياً بـ"السردية"، التي تصنع عوامل تحشيد وتحريك الجماعات.

VI – سيكولوجية الروح الجماعية وموت الرأي العام

يتراجع الرأي العام شيئاً فشيئاً، كلما تصاعدت "الروح الجماعية"، إذ بصعودها وسيطرتها يتراجع التفكير النقدي لصالح العاطفة والانقياد، ويؤدي هذا الأمر إلى ضمور الرأي العام، الذي هو الفكرة الجماعية، وذلك لفائدة حشود يتم توجيهها بالعواطف والإيحاء. فسيطرة الروح الجماعية تدفع إلى أن يفقد الفرد عقله النقدي، كما يفقد الفرد شخصيته المستقلة، كما أن الجماعات تتأثر بالرموز، والشعارات التي لا تعتمد على العقل، كما تعتمد الروح الجماعية على الخيالات بدلاً من الحجج المنطقية. وتعتمد الروح الجماعية على الشعور بالقوة داخل الحشد، والعدوى النفسية، وسرعة التأثر بالإيحاء من القادة أو من الوسائل، يحل التكرار والاستبداد العاطفي محل النقاش الموضوعي، مما يلغي تنوع الآراء الحرة. يُشبه الجمهور "مادة خاملة إلى حد ما موضوعية بين حجرتين تحتويان على أحماض فعالة مختلفة. والحمض الذي يتفاعل مع هذه المادة ويستوعبها بسرعة أكبر هو دعاية الحزب الفائز. أحياناً يكون هناك حمض بسيط يؤثر على مادة متجانسة - كالتحريض على كأس القربان في كنيسة معينة، أو سياسة الانسحاب من ميليشيا الدولة التي طُرحت في منظمة عمالية. ولكن في الغالب، تكون المادة غير متجانسة، ولكل حمض عدد من المكونات - حجج، ونداءات، ومقترحات، وبنود - يُفترض أن كل منها فعال مع شريحة معينة من الجمهور. يجب أن يكون الحمض معقداً عندما يكون التأثير على الجمهور بأكمله، كما هو الحال في الحملات السياسية (Edward Alsworth Ross. 1919 p 348). فالمادة الفيزيائية المحركة لهذه الأحماض هي الروح الجماعية، وهي التي تقوم بتحريك الجماهير حتى يذوب الرأي العام وسط الفكرة العامة، وذلك عن طريق التحفيز المتبادل.

ف"نوع من التحفيز المتبادل حيث تعكس استجابة فرد ما تحفيزاً قادمًا من فرد آخر، وعند انعكاسها على هذا الفرد، تعزز هذا التحفيز. وهكذا، يتخذ التحفيز المتبادل شكلاً دائرياً يعكس فيه الأفراد حالات شعور بعضهم البعض، مما يزيد من حدة هذا الشعور. ويتجلى ذلك بوضوح في انتقال المشاعر والحالات المزاجية بين الأشخاص الذين يعيشون حالة من الإثارة" (Lee, 1939, p.170)، فالانتقال الذي يحدث بين الأشخاص هو كيمياء التحولات التي من خلالها تتشكل الروح الجماعية، لأن القاسم المشترك بين العديد من هذه الأشكال من السلوك الجماعي، الذي يتحول إلى روح جماعية، هو "وجود حالة من الاضطراب الاجتماعي، أو نوع من الحالة الاجتماعية الهائجة التي تتسم بسلوك جماعي عفوي ناتج عن حدث اجتماعي صادم. وكما يقول بلومر: إن حشدًا شديد الانفعال، أو دُعرًا تجاريًا، أو حالة من الهستيريا الحربية، أو حالة من الاضطراب الاجتماعي، كلها أمثلة على سلوك جماعي من هذا النوع" (Lee, 1939, p. 168). وهو سلوك يؤكد موت الرأي العام بمعنى أن السلوك العام هو السلوك الذي وُلد داخل المجموع يعني "روح الجماعة".

وبما أن الجماعات لا تتعقل، و"أنها تقبل الأفكار أو ترفضها جملة، وأنها لا تطبق المعارضة ولا تحتفل المناظرة، وأن المؤثرات التي تفعل فيها تحتل منها دائرة الإدراك كلها، وسرعان ما تنتقل من التأثير إلى الفعل، وأنها إذا حسن التأثير فيها تضحي نفوسها فداء للمقصد التي وجهت إليه. وكذلك عرفنا أن مشاعرنا شديدة متطرفة، فالميل عندها لا يلبث أن ينقلب عبادة، والنفور لا يكاد يدخل عليها حتى يصير سخيمة، وتلك البيانات العامة تشعر بكنه اعتقاداتها" (غوستاف لوبون، 2013، ص 53)، هذا الانقلاب من تلقي الفكرة إلى عبادتها هو دليل موت الرأي العام، فالجمهور بفعل غليان الفكرة بفعل الانتقال غير الواعي تذوب كل أفكاره، وبفعل المشاعر المتفاعلة التي تسطو على الجو العام يموت "الرأي العام".

ف"العوامل البعيدة تجعل الجماهير قادرة على تبني بعض القناعات وغير مؤهلة لتبني قناعات أخرى. فهذه العوامل تمهد الأرضية لتبرعم وانبثاق الأفكار الجديدة التي تدهشنا بقوتها ونتائجها. ولكن عفوية انبثاقها ليست إلا شيئاً سطحياً وظاهرياً. فانفجار بعض الأفكار وتبلورها لدى الجماهير يشكل أحياناً مباغطة صاعقة. ولكن ذلك ليس إلا أثراً سطحياً يخبي وراءه عادة عملاً طويلاً وبطيئاً سابقاً" (غوستاف لوبون، 1991، ص 89)، هنا يفصل غوستاف لوبون كيف تتسرب الأفكار داخل المجتمع، وهي تشبه العدوى التي تقتل الجسم رويداً رويداً، ويقسمها إلى عوامل بعيدة، وهي التي تتسرب دون أن يشعر بها أحد، وعوامل قريبة، ويكون الشعور بها خفيفاً، لكن تنتهي بسرعة وتترك مكانها للعوامل البعيدة، غير أنها تكون عاملاً فعالاً في إقناع الجماهير، والتي بعدما تقتل الرأي العام وتذويه في حوامضها تتحول إلى "روح جماعية". فالرأي العام لا يموت ولا يندثر بسبب الاختفاء المفاجئ، بل بسبب تآكل أسسه من خلال الآليات النفسية والإعلامية والهيكلية. وبسبب الخوف من العزلة عن الجمهور يُخفي الأفراد آراءهم عندما يشعرون بأنهم أقلية. ومن خلال التزامهم الصمت، يخلقون وهم وجود إجماع معارض، وبالتالي يكبحون التعبير عن وجهات النظر المختلفة. ففي مواجهة التعقيد أو الشعور بالعجز السياسي، يذبل الاهتمام المدني وتتحول الآراء إلى لامبالاة عامة، فعندما تتجاهل السياسات العامة باستمرار الاتجاهات الأساسية، فإن الاعتقاد بأن إبداء رأيك لا طائل منه يؤدي في النهاية إلى شل الرأي العام، وهذا ما نسميه "موت الرأي العام".

ويمكن القول إن موت الرأي العام هو ما أطلق عليه بيير بورديو "الرأي العام غير موجود" في محاضراته الشهيرة، والتي انطلق فيها من كون استطلاعات الرأي غالباً ما تستهدف أفراداً لا يملكون بالضرورة رأياً في القضايا والمواضيع المطروحة. موضحاً أنه يتم التحكم فيها من خلال صياغة الأسئلة والأجوبة، وتتحول هذه النتائج المستخلصة من وقائع غير حقيقية إلى حقيقة لدى صانع القرار، ويتم استعمالها كدليل ترتكز عليه السلطة. ومع توجيه استطلاعات الرأي تصبح القرارات المتخذة على ضوء ذلك قتلاً رحيماً للرأي العام عبر استعمال أدوات الشعبوية لتتزييل هذه القرارات. وحسب بورديو فإن استطلاعات الرأي تخلق وهماً ديمقراطياً، ولأنها تُقدم تحت ستار شبه، فإنها تستمد المزيد من الشرعية من ذلك، وهذه الشرعية المصنوعة هي الدليل على موت "الرأي العام".

الخلاصة

نخلص إلى أن الرأي العام، هو الرأي الجماعي حول موضوع محدد أو توجه عام ذي صلة بالمجتمع. وهو يعكس آراء الناس في المسائل التي تؤثر عليهم، وتؤثر حياتهم. وفي القرن الماضي وبداية القرن الحالي يمكن ملاحظة أن الرأي العام يتأثر بشكل كبير بوسائل الإعلام والسينما والفن وكل الأدوات الوظيفية الناعمة. وفي الغالب يسعى الفاعلون المؤثرون في الرأي العام إلى التأثير فيه باستخدام الإعلانات أو الخطابات أو المقالات والأشرطة الوثائقية والأفلام وغيرها من القوى الناعمة. غير أن الرأي العام يلعب دورًا حيويًا في اتخاذ بعض القرارات المصيرية، ويواجه الرأي العام تحديات تتعلق بكيفية تأثيره بالمعلومات الواردة إليه.

ويتشكل الرأي العام وفق منظومة تأطير واسعة يشتغل عليها الفاعلون في الميدان، وأحيانًا يتم استعمال وسائل بسيطة كترويج حكاية صغيرة أو خبر لكن طريقة ترويجه تجعل المتلقي في حالة هذيان وتنويم خطير لقبوله.

ولاستجلاء الموقف من الرأي العام وعلاقته بالروح الجماعية عدنا إلى واحد من أوائل الكتاب والمفكرين الذين تعاطوا مع هذا الموضوع، ويعتبر عمدة في المجال، ويتعلق الأمر بغوستاف لوبون، الذي عاش نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، واستغرق في الكتابة عن الموضوع طويلاً، ومن خلال تتبع مسارات ميلاد الرأي العام وسيطرة الروح الجماعية، توصلنا إلى نتيجة مفادها أن الرأي العام يتكون من خلال حركة انسيابية للأفكار، لكن ميلاد الروح الجماعية تقضي على الرأي العام، من خلال قتل كل روح للتفكير العقلاني والمنطقي لفائدة انعطافة كبيرة للمشاعر والعواطف.

المراجع

أولاً المراجع العربية:

- [1] (غابريال تارد 1902)، الرأي والجمهور، ترجمة عن الفرنسية: إدريس عدار، دار القلم العربي، القنيطرة، المغرب، 2023.
- [2] جان جاك روسو، العقد الاجتماعي، ترجمة عادل زعير (2012)، مؤسسة هنداوي، القاهرة، ص 69.
- [3] للاطلاع على مواقف رواد مدرسة فرانكفورت من الرأي العام يُنظر: حسن مصدق (2005)، يورغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت، النظرية النقدية التواصلية، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب.
- [4] بيبير بورديو (1973)، الرأي العام غير موجود، ترجمة بوجمعة، مجلة الملتقى، مراكش، المغرب، العدد 21 يناير 2010. ص 113.
- [5] عينة المسعود (2021)، مراحل صناعة الرأي العام وآليات تكوينه، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 5 العدد 1 الجزائر، ص 134.
- [6] محسن تلوان (2024)، الرأي العام والمشاركة السياسية، مجلة المعرفة، العدد 22، المغرب، ص 229.
- [7] يوسف تمار (2023)، طرق حشد الرأي العام وأهميتها، مجلة مصداقية، الجزائر، المجلد 5 العدد الأول، ص 114.
- [8] مجاهد، جمال (2005): الرأي العام وطرق قياسه القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ص 28.
- [9] غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة، هاشم صالح، دار الساقي، المملكة المتحدة، الطبعة الأولى 1991.
- [10] غوستاف لوبون. 2012. فلسفة التاريخ، ترجمة عادل زعير، ط:1 القاهرة، دار العلم العربي.
- [11] غوستاف لوبون. 2012. الآراء والمعتقدات، ترجمة عادل زعير، ط:1 القاهرة، دار العلم العربي.
- [12] ديمون سنتولا، كيف ينتشر السلوك؟ ترجمة عاطف سيد عثمان، سلسلة عالم المعرفة ع 499، الكويت، أكتوبر 2022.

[13] غوستاف لوبون، روح الاجتماع، ترجمة: أحمد فتحي زغلول، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، مصر، تاريخ النشر، 2013.
ثانياً المراجع الأجنبية

- [1] Alfred Sauvy 1964 ; l opinion publique ; presses universitaires de France ; p 14.
- [2] William teamble(1950) ; Historical Development of Public Opinion; *American Journal of Sociology*; volume 50 issue 4 p 376.
- [3] Speier Hans (2001) ; in Analysis: communication and culture notebooks, catalan; n 26, p 209.
- [4] False consciousness". Encyclopædia Britannica. Retrieved 2023-07-28.
- [5] Gramsci, Antonio (2003). Selections from the Prison Notebooks. International Publishers. p. 258.
- [6] Vladimir Ilyich Lenin, A Letter To G. Myasnikov ,(1965) Translated to englisg by Yuri Sdobnikov, in Lenin's Collected Works, 1st English Edition, Progress Publishers, Moscow, Volume 32, pages 504.
- [7] Daniels Eugene (2015). "The 'Bomb Agrabah' Survey Shows How Problematic Polling Can Be. cultural studies. Berkeley: The University of California Press. p. 398.
- [8] Loïc Blondiaux(1998), La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages,,paris. p 25.
- [9] Michael Bang Petersen (2020) ; The evolutionary psychology of mass mobilization, Current Opinion in Psychology, volume 35, p 71.
- [10] Gustave Le Bon ; La Révolution française et la Psychologie des Révolutions; Paris : Ernest Flammarion. 1^{re} édition, 1912.
- [11] Edward Alsworth Ross. 1919. *Social Psychology*. New York: Macmillan Co.
- [12] Lee, A. M. (1939). *Principles of sociology*. New York: Barnes & Noble, Inc.

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of **AJHAS** and/or the editor(s). **AJHAS** and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.