1. المقدمة

الاتصال ظاهرة مركزية في حياة المجتمعات؛ فهو الوسيلة التي تُبنى بها العلاقات الاجتماعية وتُنسَج من خلالها المعاني المشتركة والرموز التي تُحافظ على تماسك الجماعة أو تُغيّره. حين ننظر إلى المجتمع كشبكة من الروابط ندرك أن الاتصال ليس فعلًا ثانويًا بل هو العمود الفقري لكل دينامية اجتماعية—في التنشئة، وفي السياسة، وفي الاقتصاد، وفي الثقافة. دراسات علم الاجتماع تؤكد أن فهم التحولات الاجتماعية لا يمكن أن يتم بمعزل عن تحليل قنوات الاتصال ومضامينها وسياقاتها؛ لأن الرسائل لا تُنتج تأثيرها فقط من مضمونها، بل من موقعها داخل بنية اجتماعية معينة. و في المحاضرة هذه سنعمل على رفع الغموض عن مصطلحات أساسية (الاتصال، الإعلام، العملية الاتصالية، الظاهرة الاتصالية) ثم ننتقل إلى تحليل تاريخي ووظيفي ونقدي مع إعطاء أمثلة.

2. تعريف الاتصال وعلم اجتماع الاتصال

الاتصال، في أبسط صورته، هو عملية تبادل رموز ومعانٍ بين فاعلين اجتماعيين بهدف التأثير والتفاهم؛ لكنه في العمق فعل اجتماعي يبني هويات ويعيد إنتاج نظم قيمية ومؤسساتية.

علم اجتماع الاتصال هو مجال فرعي يدرس هذه العملية باعتبارها متغيّراً اجتماعياً؛ أي يهتم ببنية قنوات الاتصال، بعلاقات القوة داخل إنتاج الرسائل، وبكيفية استقبالها وتداولها في ميادين الحياة (الأسرة، المدرسة، السوق، الدولة). من موقع تحليلي، يطرح هارولد لاسويل أسئلة منهجية عن فعل الاتصال: (من؟ ماذا يقول؟ بأي وسيلة؟ إلى من؟ وبأي أثر؟) وهذه الأسئلة تُعدُّ إطارًا لتحليل كل حالة اتصالية، خاصة في الإعلام الجماهيري. علم الاجتماع يضيف إلى ذلك بعدًا مؤسساتيًا: كيف يتحكم النظام السياسي والاقتصادي في الموارد الاتصالية، وكيف تُخلق مساحات عمومية للتداول الحر أو تُقمع. كما يهتم بالبعد الثقافي: كيف تُسهم الرسائل في إعادة إنتاج الصور النمطية والقوالب الذهنية، أو في تفكيكها. بالتالي، علم اجتماع الاتصال ليس تطبيقًا تقنيًا لكنه قراءة لِـ"منطق" المجتمع نفسه من خلال الطريقة التي يتواصل بها أفراده ومؤسساته.

تكديس الأشياء مالك بن نبي

الطفل الإنجليزي يعرف في الأسرة المنشئة له 6000 كلمة مثال

مثال ادوارد برنايس و الدعاية الإعلامية

إدوارد برنايس كان ابن شقيقة **سيغموند فرويد**، واستفاد بزاف من أفكار خالو في **التحليل النفسي** .هذي العلاقة خلاتو يفهم كيفاش *اللاوعي* والرغبات المكبوتة تؤثر في سلوك الإنسان. استعمل هاد الفكرة باش يبني علم جديد :**العلاقات العامة** أو فن التأثير على الجماهير.

◆ **بداياته:**

- في الحرب العالمية الأولى، خدم مع لجنة أمريكية اسمها "لجنة المعلومات العامة" اللي كانت مهمتها إقناع الشعب الأمريكي بدخول الحرب. هنا برنايس تعلم كيفاش الإعلام والدعاية يقدروا يغيّروا الرأي العام.

◆ **أبرز قصصه الدعائية:**

1. **السجائر "مشاعل الحرية (Torches of Freedom)"**
   - في عشرينات القرن العشرين، التدخين كان ممنوع اجتماعياً على النساء.
   - شركات التبغ جابو برنايس باش يكسر هذا الطابو.
   - في عرض الأزياء بنيويورك سنة 1929، نسّق مسيرة نساء يشعلوا السجائر علناً قدام الصحافة، وسمّاها "مشاعل الحرية."
   - الإعلام نقل الصور، والمجتمع بدا يربط التدخين بالتحرر النسوي. والنتيجة: ارتفعت مبيعات السجائر عند النساء.

3. النشأة والتطور التاريخي للفكرة الاتصالية

لم يتولد علم اجتماع الاتصال في فراغ؛ بل هو امتداد لتطورات تاريخية وتقنية طويلة. يمكن تتبع مناحي النشأة إلى انتشار الطباعة الذي غيّر من نمط تداول المعرفة، ثم إلى ظهور الصحافة والإذاعة والتلفزيون كشروط لظهور "الراي العام" وفضاءات عامة وطنية في القرنين التاسع عشر والعشرين. القرن العشرين شهد تسارعا: الحروب العالمية أظهرت قوة الإعلام كأداة للدعاية السياسية — مثالًا صريحًا على ذلك استغلال النظام النازي للدعاية والإذاعة لتشكيل قبول شعبي وإقصاء معارضيه. هذا الاستخدام السياسي جعل دراسة الإعلام والأثر الجماهيري ضرورة علمية بعد الحرب. في الخمسينات والستينات تطورت نماذج

تراقب تأثيرات وسائل الإعلام على الجماهير، ثم في السبعينات والثمانينات ركّزت البحوث على نماذج التلقي والتأطير (framing) والاعتماد الإعلامي. مع التحول الرقمي في العقود الأخيرة، انتقل الاهتمام من الإعلام **الأحادي البثّ** إلى منظومات شبكية حيث صار كل فرد مُنتجًا وموزعًا للمحتوى، مما استدعى إعادة بناء و تطوير النظريات التقليدية.

في السياق الجزائري، بعد الاستقلال تشكلت مؤسسات إعلامية وطنية (كالوكالة الوطنية للأنباء والإذاعة والتلفزيون) لعبت دورها في بناء الخطاب الوطني والتنشئة بعد (1962) ومع تطور القنوات والإنترنت تغيرت ديناميات النفوذ والمنافسة الإعلامية المحلية بين الدولة ووسائل المجتمع المدني والمنصات الرقمية.

4. أهمية الاتصال في المجتمع (دلالاته ووظائفه الأساسية)

أهمية الاتصال تكمن في أنه الوسيلة التي تبنى بها القواعد والمعاني ؛ من خلاله تتولد الولاءات، وتُبنى الأيديولوجيات، وتُدار الأزمات. فعلى مستوى التماسك الاجتماعي، يؤدي الاتصال وظيفة ربط الأفراد بالمؤسسات والمنظومات القيمية، وهو جزء من آليات "الضمير الجمعي[1]" التي تحدث عنها دوركايم بمعنى أن التواصل يعيد إنتاج قواعد السلوك الجماعي. على مستوى المعرفة، هو أداة لنقل المعارف والمهارات بين الأجيال، وفي السياسة هو ساحة للتنافس من خلال الخطاب السياسي.

الأهمية العملية تبدو واضحة في أمثلة حديثة: ثورات أو تحركات شعبية مثل "الربيع العربي" استخدمت منصات رقمية لتعبئة ودعوة وتنظيم المظاهرات، مما أبرز قدرة قنوات الاتصال على تسريع التجمعات السياسية وتوسيع نطاقها عبر الحدود. كذلك جائحة كوفيد-19 أظهرت أن الاتصال العام (التواصل الحكومي الصحي والإعلام) يمكن أن ينقذ أرواحًا أو، في حال فشله، أن يزيد من خسائر الصحة العامة عبر انتشار معلومات مضللة. لذلك، ففهم بنية الاتصال ومصادره وسلاسل تأثيره صار شرطًا لحسن إدارة السياسات العامة والحياة المدنية.

5. العملية الاتصالية : عناصرها وأدوارها التطبيقية في المجتمع

العملية الاتصالية تتكوّن من عناصر رئيسية: المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبِل، وردّة الفعل أو الأثر، مع سياق مؤسسي وثقافي يظلل كل هذه العناصر. هذه العملية ليست خطية فقط؛ فهي دائرية وتَشمل تغذية راجعة متواصلة — في السياقات التقليدية قد كانت التغذية الراجعة بطيئة (مثل الصحافة المطبوعة) لكن في السياقات الشبكية أصبحت فورية (التعليقات، المشاركة، إعادة النشر).

دور العملية الاتصالية في الأسرة يتمثل في التنشئة الاجتماعية الأولية ونقل القيم؛ في المدرسة في ترسيخ معارف منظّمَة؛ في سوق الشغل في تسويق السلع والأفكار؛ وفي السياسة في حشد الدعم أو تشكيل

[1] عند **إميل دوركايم**، الضمير الجمعي (la conscience collective) يمثل مجموع المعتقدات والقيم والمشاعر المشتركة بين أفراد المجتمع، وهو الذي يضمن تماسكهم واستمرار وجودهم كجماعة منظمة.

المعارضة. على مستوى الجزائر، حركة الحراك (HIRAK) منذ 2019 تبرز كيف استُخدمت شبكات الاتصال الرقمية لتنسيق التظاهرات، نقل الوقائع الميدانية

6. الفرق بين الإعلام والاتصال (تمييز مفاهيمي ووظيفي)

لا بد من تمييز واضح بين المصطلحين: الاتصال مفهوم أوسع يشمل كل أشكال التبادل الرمزي — الشفهي، غير اللفظي، المكتوب، الرقمي، بين شخصين أو بين جماعات صغيرة أو كبيرة. الإعلام هو جزء من هذا الحقل، لكنّه محدّد بالوسائط والمؤسسات المنظمة لنشر الرسائل على نطاق واسع (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، ووظائفها الآن الرقمية). بعبارة موجزة: كل إعلام هو شكل من أشكال الاتصال، لكن ليس كل اتصال إعلامًا. من ناحية الوظيفة، الإعلام يتجه غالبًا إلى جمهورٍ واسع ويؤدي وظائف مراقبة وتفسير وتأطير؛ بينما الاتصال الشخصي قد يؤدي وظائف العلاقة والتفاوض والتفاعل المباشر. هذا التمييز مهم في البحوث لأن أدوات القياس والمنهج تختلف: قياس أثر إعلان تلفزيوني يختلف عن قياس أثر محادثة داخل الأسرة. كما أن التحوّل الرقمي طمس الخطوط التقليدية بين الإعلام والاتصال: حيث بات المستهلكُ مُنتجًا (prosumer) ويمكنه أن يحوّل فعلًا شخصيًا إلى فعل إعلامي على مستوى الجماهير.

7. وظائف الاتصال (نظريات كلاسيكية ومعاصرة)

بإحصاء الوظائف المبكرة نجد لاسويل الذي حدَّد ثلاثة وظائف أساسية: مراقبة البيئة (surveillance)، والربط أو الترابط (correlation)، ونقل الثقافة بين الأجيال (transmission). لاحقًا أضاف تشارلز رايت وظيفة التسلية (entertainment)، ودينيس ماكويل وضع وظيفة التعبئة أو التحريك (mobilization) كوظيفة خامسة. وظيفة المراقبة تعنى إبلاغ المجتمع بالأحداث والتحذير من المخاطر؛ وظيفة الربط تعنى تفسير الأحداث وربط المعلومة بمصالح اجتماعية؛ وظيفة النقل الثقافي تتعلق بإعادة إنتاج القيم؛ ووظيفة التسلية توفر متنفسًا ومجالًا للهوية الرمزية. في العصر الرقمي تظهر وظائف جديدة أو متغيرة: مثل "التشكيل الشبكي للمعرفة" حيث تقوم الشبكات بتصفية وترتيب الأجندات، أو "المزايدة على الانتباه" التي تجعل المحتوى يسعى لاحتلال مساحة الانتباه العام. معرفة هذه الوظائف تساعد في تصميم سياسات إعلامية وتعليمية وقانونية تقلل الأضرار وتزيد الفائدة المجتمعية.

8. علم الاجتماع والظاهرة الاتصالية: التحولات الحديثة والتحديات

التحوّل من مجتمع صناعي إلى مجتمع **معلوماتي وشبكي**[2] جعل الفاعلون الاجتماعيون يتصرفون داخل فضاءات اتصالية متشابكة: المؤسسات التقليدية تفقد احتكارها، والمواطنون يتحوَّلون إلى منتجين

---

[2] مفهوم أحدث وأعمق، ارتبط أساساً بـ **مانويل كاستلز** (Castells) في نظريته حول "مجتمع الشبكة".
يوضح أن التكنولوجيا الرقمية والاتصالات (الإنترنت، الهواتف الذكية، وسائل التواصل الاجتماعي) خلقت **شبكات مترابطة** تتحكم في العلاقات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية

وموزعين للمحتوى. مانويل كاستيلز وصف هذا التحول في نظرية "المجتمع الشبكي" حيث تُصبح تدفقات المعلومات هي الجوهر التنظيمي الجديد للاقتصاد والسياسة والثقافة.

على مستوى الأرقام، النمو السريع لاستهلاك الإنترنت والشبكات الاجتماعية يغيّر موازين القوة: عالمياً هناك مئات الملايين (حتى بلايين) مستخدمين للشبكة ومنصات التواصل، ما يوسع دائرة التأثير لكنه يضخم أيضًا ظواهر مثل انتشار المعلومات المضللة **والتفقّعات الفئوية**[3]. هذا يخلق تحديات بحثية وسياساتية: كيف نرسم حدودًا تنظيمية تحفظ حرية التعبير وتردع التضليل؟ كيف نقيّم أثر الخوارزميات في تكوين فقاعات معلوماتية؟ كيف ندمج البُعد الأخلاقي في تصميم الخوارزميات والمنصات؟ الإجابة تحتاج تقاطعات نظرية بين علم الاجتماع، دراسات الإعلام، علم البيانات، والقانون العام.

9. أحداث ونماذج تطبيقية: أمثلة عالمية ومحلية مع دروس مستفادة

أولًا: نموذج الدعاية السياسية القوية — التجربة النازية في ثلاثينات القرن العشرين تُظهر كيف استُخدم الإعلام لتصدير أيديولوجيا عنصرية ولتبديد المعارضة، مما يذكّرنا بأن السيطرة على آلة الاتصالات قد تعني السيطرة على السلوك الجمعي.

بعد وصول هتلر إلى الحكم (1933)، أنشأ جوزيف غوبلز *وزارة التنوير والدعاية الشعبية* (Reich Ministry of Public Enlightenment and Propaganda).

غوبلز كان معروف بلي يخدم على **الكذبة الكبيرة** (Big Lie)اللي تتكرر حتى تولّي في عقول الناس "حقيقة."

10. خاتمة وتوصيات

ختامًا، يمكن القول إن الاتصال هو الجسم النابض للمجتمع؛ فهمه يفيد في تفسير التغيرات الاجتماعية وفي توجيه السياسات العامة.

(أ) قدّم أمثلة ملموسة محلية (الحراك) وعالمية (الربيع العربي، كوفيد) لربط النظرية بالتجربة، (ب) استخدم الإحصاءات المحلية الحديثة حول الإنترنت ووسائل التواصل لإظهار مدى انتشار الوسائل الرقمية (على سبيل المثال، في الجزائر قُدِّر عدد مستخدمي الإنترنت بنحو (36.2 مليون) مع نفاذية (76.9%) في بداية 2025، وعدد هويات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بنحو (25.6 مليون) أي (54.2%) من السكان)،

[3] مصطلح **"التفقعات الفئوية "**يُستعمل عادةً في الدراسات السوسيولوجية والاتصالية لوصف ظاهرة الانعزال أو التشرذم داخل المجتمع أو الفضاء الرقمي، بحيث ينغلق الأفراد داخل "فقاعات" خاصة بهم.

2.مارشال ماكلوهان(Marshall McLuhan)

- كندي، يُلقب بـ"نبي الإعلام الحديث."
- أشهر مقولاته" :**الوسيلة هي الرسالة**.(*The medium is the message*) " يعني مش المضمون اللي يغيّر المجتمع، بل **طبيعة الوسيلة نفسها** (إذاعة، تلفزيون، إنترنت) هي اللي تعيد تشكيل وعي الناس وطريقة عيشهم.
- طرح مفهوم **القرية الكونية** :**(Global Village)** بفضل الإعلام الإلكتروني، العالم كامل أصبح مترابط كأنه قرية صغيرة، حيث تنتقل الأخبار والتجارب في لحظتها.
- شاف بلي وسائل الإعلام الإلكترونية تغيّر الإدراك الإنساني وتبني أنماط جديدة من الثقافة والعلاقات.

مالك بن نبي

- مفكر جزائري حضاري.

- طرح فكرة أن بناء الحضارة يبدأ من **الفكرة الدينية** اللي تعطي معنى وتخلق طاقة تواصل وتماسك بين أفراد المجتمع.
- كان يعتبر أن العالم الإسلامي يعاني من **عُزلة فكرية** ونقص في آليات الاتصال الفعّال بين نخبه وجماهيره، وهذا سبب تعطّل مشروع النهضة.

يغة لاسويل الشهيرة

طرح لاسويل (1948) واحدًا من أوائل النماذج التحليلية للعملية الاتصالية من خلال صيغة بسيطة جدًا لكنها عميقة:

من؟ ⟵ يقول ماذا؟ ⟵ بأي وسيلة؟ ⟵ لمن؟ ⟵ وبأي أثر؟

شرح العناصر

1. **من؟ ⟵ (Who)** المرسل أو مصدر الرسالة (شخص، مؤسسة، وسيلة إعلام).
    - مثال: قناة تلفزيونية تبث خطابًا سياسيًا.
2. **يقول ماذا؟ ⟵ (Says What)** مضمون الرسالة، أي الفكرة أو المحتوى المراد نقله.
    - مثال: "ضرورة المشاركة في الانتخابات."

3. **بأي وسيلة؟ ⟶ (In Which Channel)** القناة أو الوسيط المستخدم لنقل الرسالة.
    - مثال: التلفزيون، الصحافة، الإنترنت، أو حتى المحادثة المباشرة.
4. **لمن؟ ⟶ (To Whom)** الجمهور أو المستقبل المستهدف.
    - مثال: المواطنون، الطلبة، فئة الشباب.
5. **وبأي أثر؟ ⟶ (With What Effect)** النتيجة أو التغيير المتوقع في المواقف أو السلوكيات.
    - مثال: زيادة نسبة المشاركة السياسية أو تغيير موقف الجمهور.

🟢 قيمة النموذج

- يُعتبر من **النماذج الكلاسيكية** التي وضعت أسس دراسة الإعلام والاتصال.
- ركّز على عنصر **الأثر (Effect)** الذي فتح المجال لبحوث التأثير الإعلامي.
- رغم بساطته، إلا أنه صالح إلى اليوم لتحليل أي عملية اتصالية.

📌 **مقولة لاسويل**" *:إن دراسة الاتصال تقتضي الإجابة على خمسة أسئلة أساسية: من يقول ماذا، بأي وسيلة، لمن، وبأي أثر*".