

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: العلوم الإنسانية

فرع: اتصال.....

تخصص: اتصال وعلاقات عامة.....



كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الاعلام والاتصال.....

رقم:.....

## مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي

إعداد الطلبة:

عبد الله الشيخ

حلاب بشرى

تحت عنوان:

استخدام المجموعات الشبانية الصحراوية لوسائل الاتصال  
الجماهيري الرقمي في ترسيخ قيم المواطنة  
-دراسة ميدانية على مجموعة صخة ضد الجدار

لجنة المناقشة:

رئيسا

جامعة محمد بوضياف المسيلة

د. لعزيزي سعاد

مشرفا ومقررا

جامعة محمد بوضياف المسيلة

د. بلعباس عبد الحميد

مناقشا

جامعة محمد بوضياف المسيلة

د. عكوشي هدى

السنة الجامعية: 2023/2022



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# إِهْدَاء

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وراعهما

إلى أخوتي وأخواتي وكل أوفاد العائلة الكريمة .

إلى اصدقائي...

إلى كل من تقع عليهم مسؤولية المواطنة تجاه هذا الوطن الغالي.

إلى كل من له فضل بعد الله في إنجاز هذا البحث.

إليهم جميعاً أهدي هذا الجهد،

عبدالله الشيخ

# إِهْدَاء

اهدي هذا العمل إلى من كلت انامله ليقدم لنا لحظات السعادة إلى من عمل بكد في سبيلي،  
إلى الذي انار لي طريق العلم، واصلني لما انا عليه، إلى صاحب القلب الطيب، إلى صاحب  
القلب الكبير "ابي الغالي "

إلى منبع الحب والحنان إلى صاحبة القلب الطيب، إلى أغلى انسان في هذا الوجود، إلى من  
ربتني وانزلت نربي وملائتني بالصلوات والدعوات "امي الغالية "

إلى أغلى مالدي في الوجود اخوتي الأعزاء (هير. ايمن. أيوب. ادم) حفظهم الله ورعاهم

إلى من كانت سندا ورفيقتي طول مشوري الراسي بالجامعة إلى من تقسنا الحلو والمر معا  
إلى ريان نبيح "

إلى صديقاتي إلى من كانوا معي طول هذا المشوار إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم  
قلمي .

بشرى حلاب

# شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، أحمده وأشكره على نعمه التي لا تعد ولا تحصى.. حمداً وشكراً يليق بعظمته وجلال سلطانه امتثالاً لقوله تعالى ... {قَالَ هَذَا مِنْ فَضْلِ رَبِّي لِيَبْلُوَنِي أَءَشْكُرُ أَمْ أَكْفُرُ وَمَنْ شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ رَبِّي غَنِيٌّ كَرِيمٌ} ﴿٤٠﴾ سورة النمل، وأصلي وأسلم على من لا نبي بعده محمد بن عبد الله سيد الخلق أجمعين .

رأيت من الواجب على أن أتقدم بالشكر والتقدير لأهل الفضل - بعد الله تعالى - لمن ساهموا في هذه الدراسة وإتمامها.

لذا يسرني ويشرفني في هذا المقام أن أعبر عن فائق التقدير وعظيم الامتنان الى :

- الاستاذ المشرف عبد الحميد بالعباس

- ادارة قسم علوم الاعلام والاتصال ومن خلالها الى الاساتذة الكرام

- تقيو أحمد

- جميع أفراد عينة البحث.

جميع الأصدقاء والزملاء وكل من مد يد العون والمساعدة أو النصح والتوجيه والمشورة المخلصة .

هذا والله ولي التوفيق.

## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال الجماهيري في ترسيخ قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين، ومن أجل تحقيق هذا الهدف اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمنا أداة المقابلة كأداة لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في مخيمات اللاجئين الصحراويين على عينة قصدية من مجموعة صرخة ضد الجدار. وقد توصلنا في هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها تظهر أن للاتصال الجماهيري دور هام في ترسيخ قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين. وأشارت النتائج كذلك إلى ارتفاع مستوى قيمة المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين. بالإضافة أن هناك معوقات تحد من ممارسة المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين وهي: انتشار الوساطة و العلاقات الشخصية - المخططات المغربية لتفتيت اللحمة الصحراوية داخل المخيمات و تبين من خلال الدراسة أن هناك مقومات لتفعيل ممارسة المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين على أرض الواقع منها - : مجابهة الاحتلال المغربي وتحقيق السيادة الوطنية -تأمين سبل العيش الكريم من استقرار وامن بالإضافة إلى التعليم المجاني و الصحة وان هناك تقارب (عدم وجود فروق) في مستوى قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين باختلافهم في العمر والمشاركة في البرامج الوطنية

## **Summary :**

This study aimed to identify the role of mass communication in consolidating the values of citizenship among the Sahrawi refugees, and in order to achieve this goal, we relied in this study on the descriptive analytical approach, and we used the interview tool as a data collection tool. against the wall.

In This study, we reached a set of results, the most important of which is that mass communication has an important role in consolidating the values of citizenship among the Sahrawi refugees.

The results also indicated a high level of the value of citizenship among the Sahrawi refugees. In addition, there are obstacles that limit the practice of citizenship among the Sahrawi refugees, namely:

- The spread of mediation and personal relationships Moroccan plans to break up the desert meat inside the camps It was found through the study that there are elements to activate the practice of citizenship among the Sahrawi refugees on the ground, including:

Confronting the Moroccan occupation and achieving national sovereignty - Ensuring decent livelihoods of stability and security, in addition to free education and health, and there is a convergence (no differences) in the level of citizenship values among Sahrawi refugees with their different ages and participation in national programs.

## قائمة المحتويات

1	مقدمة:	1
3	الفصل الأول: موضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية	3
4	أسباب اختبار الموضوع:	4
5	حدود الدراسة:	5
6	أهمية الدراسة:	6
6	منهج الدراسة	6
7	مجتمع وعينة الدراسة:	7
7	أداة جمع البيانات	7
8	تحديد المفاهيم:	8
9	الدراسات السابقة:	9
13	الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري	13
13	تمهيد:	13
13	مفهوم الاتصال الجماهيري وأهميته:	13
13	1-1- تعريف الاتصال الجماهيري ومفهومه	13
14	2-1 أنواع الاتصال الجماهيري	14
15	3-1 عوامل الاتصال الجماهيري	15
16	4-1 أهمية الاتصال الجماهيري في المجتمعات الحديثة	16
19	5-1 استراتيجيات الاتصال الجماهيري	19
22	2- أدوار الاتصال الجماهيري	22
23	2.1 دور الاتصال الجماهيري في تعزيز التواصل والتفاعل بين الحكومة والمواطنين	23
25	2.2 دور الاتصال الجماهيري في تشجيع المشاركة المجتمعية والديمقراطية:	25
27	2.3 دور الاتصال الجماهيري في نشر الوعي وتوعية الجمهور:	27
29	3- النظريات المفسرة للاتصال الجماهيري:	29

30	..... 1-3 النظريات المتعلقة بالجمهور:
31	..... 2-3 النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال:
33	..... الفصل الثالث: قيم المواطنة
33	..... تمهيد:
33	..... 1- مفهوم المواطنة:
36	.....: قيم المواطنة
38	..... 2- أبعاد المواطنة:
39	..... 3- أهداف المواطنة:
40	..... 4- خصائص وقيم المواطنة:
42	..... 5- المواطنة في العصر الرقمي:
45	..... خلاصة الفصل:
47	..... الفصل الرابع: الإطار التطبيقي
47	..... عرض خصائص العينة:
47	.....: أسئلة الدراسة
47	.....: إجابات الباحثين
50	..... نتائج الدراسة:
50	..... توصيات واقتراحات:
52	..... الخاتمة
53	..... قائمة المراجع
57	..... قائمة الملاحق

## مقدمة:

تعتبر وسائل الاتصال الجماهيرية أحد أهم الوسائل المؤثرة في تكوين ثقافة المجتمع ومؤسساته المختلفة، وفي تسريع انتشار المفاهيم السياسية والاجتماعية والثقافية الحديثة (مثل حقوق الإنسان، والتحديث، وتحرر المرأة، والعولمة، والديمقراطية) وتبلور الرأي العام، وانعكاسات ذلك على حركة التغيير الاجتماعي .

ولقد ركز العديد من الباحثين في علم الاجتماع والاتصال على أهمية دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية، واعتبروها نوعاً من الاتساق الاجتماعي التي تقوم على مجموعة من البناءات الاجتماعية وتؤدي في الوقت ذاته العديد من الوظائف التي حددت الفعل من اجله .

أدى تطور وسائل الاتصال بالشكل الذي نراه اليوم إلى نشوء ظاهرة الاتصال الجماهيري، وأصبحت هذه الظاهرة محط أنظار نخبة من الدارسين تعكس اهتمامهم بهذه الوسائل وبآثارها الاجتماعية، حيث يتميز الاتصال الجماهيري بقدرته على توصيل الرسائل إلى عدد كبير من الجمهور، في اللحظة نفسها وبسرعة مذهشة، مع مقدرة عالية على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات.

الأمر الذي يؤدي إلى تغيير نظرة الناس إلى الحياة وإلى العالم من حولهم، من خلال تغيير مواقفهم تجاه الأشخاص والقضايا، فيتغير بالتالي، حكمهم عليها، وموقفهم منها، فمثلاً: حينما تمطرنا وسائل الإعلام الغربية بعشرات المواضيع الإعلامية، المقروءة، والمسموعة عن (السودان الأصولي)، الذي (ينتهك) حقوق الإنسان، ويرعى الإرهاب.. تكون النتيجة أن القارئ الساذج والمستمع السطحي يغير موقفه من السودان، فيصبح السودان المسلم.. خطراً يهدد الأمن الإقليمي .

إن (المتغير) الذي دخل حياتنا، وأحدث خللاً في منظومة القيم التي تحكم علاقاتنا تجاه الآخرين (أقاربنا، جيراننا.. بقية أفراد المجتمع)، وتحكم كذلك رؤيتنا للأمور (حلال، حرام، عيب، شرف، عرض) ليس ناتج عما أدت إليه الوفرة المادية، ولا اقتناءنا للسيارات والأجهزة

الإلكترونية المعقدة، وغيرها من منتجات الحضارة الحديثة، بل إن تعرض منظومتنا القيمية والأخلاقية لسيل لا ينقطع من المفاهيم والتصورات المضادة والقيم المتناقضة والثقافات الأخرى عبر مصادر معلومات متعددة، في مقدمتها (وسائل الإعلام) هو الذي أحدث الخلطة التي نراها في النظام الأخلاقي والسلوك العام لمجتمعنا .

إن الاتصال الجماهيري، وبشكله العصري التقني، يتجاوز اللقاء المباشر والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية، وشبكة الإنترنت.

من هنا تسعى هذه الدراسة إلى تحليل دور الاتصال الجماهيري في ترسيخ قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين وتأثيره في المجتمع، ووظائفه التوعوية، وخصائصه العامة التي تشكلت تبعا لعمليات التغيير الاجتماعي والثقافي والحضاري في المجتمعات المعاصرة

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

### الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

#### 1- إشكالية الدراسة:

يعد الاتصال أساسا كل النظم الاجتماعية، بحكم ان الأفراد يحتاجون إلى قدر معين من المعلومات والبيانات التي تمكنهم من تحقيق أهدافهم، فالاتصال هو الوسيلة التي يمكن بواسطتها توفير وتبادل هذه البيانات والمعلومات التي تقربهم من الوصول لهذه الأهداف، ومن جهة اخري يسمح لهؤلاء الافراد بالتفاهم مع بعضهم البعض والتأثر والتأثير فيما بينهم، وبهذا أصبح الاتصال عنصرا ضروريا لتكامل أي مجموعة والمحافظة على وجودها.

كما يعتبر الاتصال الجماهيري نظاما رمزيا معقدا تشكل عبر مرور الزمن، حيث ارتبط بشكل أساسي بفعل تطور وسائل الإعلام خلال بداية القرن الماضي من خلال الصحف والمجلات والفونوغرام والسينما والراديو، وقد طور الباحثون الذين اهتموا بهذا المجال نظريات تفسر العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام والجمهور، والاتصال الجماهيري يمثل أعلى مستويات الإتصال حيث يتزايد عدد المشاركين فيه سواء كانوا مرسلين أو مستقبلين فالإتصال الجماهيري في أبسط معانيه يعني القدرة على الوصول إلى آلاف وحتى ملايين الناس من خلال استخدام وسيلة اتصال جماهيرية قادرة على الوصول بالرسالة إلى هؤلاء الجماهير مثل التلفزيون والصحف والمجلات.

ومن بين الأدوار التي يسعى الاتصال الجماهيري إلى تجسيدها وتعزيزها خاصة في ظل القضايا السياسية التي نعيشها اليوم بين صراعات سياسية ونزعات تحررية لبعض الشعوب المستعمرة والمضطهدة هي تعزيز قيم المواطنة لدى أفراد المجتمع، من خلال محاولة التأثير على قيمهم وسلوكياتهم وأخلاقهم عبر تعزيز انتمائهم لوطنهم وتوعيتهم بحقوقهم وواجباتهم في كل الميادين والتعبير عن آرائهم وطرح انشغالاتهم، فطالما كانت قيم المواطنة أمرا جامعا بين فئات المواطنين وتياراتهم الموجودة في الوطن الواحد، وهذا ما أكدته

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

دراسة (نبار ومساوي، 2022) بأن وسائل الإعلام تقوم بنشر الوعي ودعم المعايير الاجتماعية المتعلقة برتسيخ وغرس قيم المواطنة.

حيث تعد هذه القيم الوسيلة الوحيدة والملائمة لقيام الروابط المتعددة بين الناس وهي المحرك الأساسي للحياة الإنسانية، والتي تتأرجح بين القيم الإيجابية والسلبية فإن تغلبت الأولى استمرت واستقرت حياة الأمم والشعوب، وإن كان العكس ساد التخلف واللاستقرار. وفي ظل كل ما سبق ارتأينا دراسة هذا الموضوع بشكل أوسع، وذلك من خلال محاولتنا الإجابة على التساؤل العام التالي:

ما مدى مساهمة الاتصال الجماهيري في ترسيخ قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين؟

وللتعمق أكثر في هذا الموضوع نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما مستوى قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين؟
- 2- ما هي المعوقات التي تحد من ممارسة المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين؟
- 3- ما مقومات تفعيل ممارسة المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين على أرض الواقع؟
- 4- هل توجد فروق في مستوى قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين تعزى لاختلاف العمر والمشاركة في البرامج الوطنية؟

أسباب اختبار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا بإلحاح على اختيار هذا الموضوع وصياغة إشكاليته من أهم هذه الأسباب هي:

### 1- الموضوعية:

- ✓ قرب موضوع بحثنا من مجال تخصصنا
- ✓ توفر المصادر والمراجع الكافية في مجال الاتصال الجماهيري الذي مكننا من انجاز دراستنا

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

✓ نقص الدراسات السابقة الخاصة بواقع الاتصال الجماهيري

2- الذاتية:

✓ الاهتمام الشخصي بالموضوع والفضول العلمي.

✓ احساسي بمشكلة البحث والرغبة في دراسته.

3- اهداف الدراسة:

✓ التعرف على مستوى قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين .

✓ التعرف على المعوقات التي تحد من ممارسة المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين .

✓ التعرف على مقومات تفعيل ممارسة المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين على أرض الواقع.

✓ معرفة هل توجد فروق في قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين تعزى لاختلاف العمر والمشاركة في البرامج الوطنية.

حدود الدراسة:

1- الحدود المكانية: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قصدية من اللاجئين

الصحراويين تمثلت في مجموعة صرخة ضد الجدار المتواجد مقرها في مخيمات

اللاجئين الصحراويين بالتحديد ولاية السمارة

1-الحدود الزمانية: تم تحديد زمن اجراء هذه الدراسة ميدانيا على مجموعة صرخة ضد

الجدار في الفترة الممتدة ما بين 2023/03/16 الى غاية 2023/04/20 .الحدود

البشرية: طبقت هذه الدراسة على الاعضاء المسؤولين في المجموعة.

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته ألا وهو دور الاتصال الجماهيري في ترسيخ قيم المواطنة لدى اللاجئين بالمخيمات الصحراوية.

حيث يعتبر موضوع المواطنة من القضايا ذات الأبعاد الاجتماعية والسياسية التي تعبر عن معايير الانتماء ومستوى المشاركة من قبل الأفراد في حماية الذود عن الوطن، كما تعكس إدراك المواطن لدوره في مواجهة التحديات التي تواجه المجتمع والدولة في أن واحد، لا سيما التحديات التي تواجه المنطقة العربية في ظل التحولات السياسية الراهنة.

كما ترجع أهمية الدراسة إلى أهمية وسائل الاتصال بمختلف أنواعها في التأثير المباشر على هذه القيم ودعمها وترسيخها لدى أفراد المجتمع، خاصة في ظل التحولات الجذرية التي شهدتها وسائل الاتصال الجماهيري أساسياتها فضلا عن تشكيلاتها من خلال التأثير على الرأي العام في زمن الثورات التي شهدتها المنطقة.

### منهج الدراسة

يشير منهج الدراسة إلى الطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة مشكلة أو ظاهرة معينة بصورة تمكن الباحث من الوصول إلى أهدافه بأسلوب علمي يضمن له قدرا كبيرا من حيث دقة النتائج وسلامتها.

ولأن هذه الدراسة تبحث في ظاهرة إنسانية اجتماعية سلوكية، يترتب على غيابها أو تدني ممارستها على أرض الواقع آثاراً سلبية على الأمن والسلامة بشكل عام، وعلى الوقاية من الأخطار المختلفة بوجه خاص، يتمثل ذلك في قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي .

عليه فقد وجد الباحث أن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً وكمياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها، ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى (عبيدات، 2006، ص208) .

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

فهذا المنهج " يمكن الباحث من جمع البيانات والمعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة ومدى تحقيق أهدافها أو وصف وتقدير واقع معين في فترة زمنية محددة وقت إجراء الدراسة (الغوال، 1982 ص 169). إضافة لذلك فهذا المنهج يهدف إلى «تحديد المشكلة الظروف والممارسات، أو التقييم والمقارنة، أو معرفة ما يعمله الآخرون في التعامل مع المائلة ووضع الخطط المستقبلية (القحطاني وآخرون، 2004، ص 205).

**مجتمع وعينة الدراسة:**

يقصد بمجتمع الدراسة: جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها، في حين يقصد بالعينة الجزء الذي تم اختياره من المجتمع لتطبيق الدراسة عليه ( بن عبد العزيز الجيزان، 2004م، ص 71) والتي تمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صحيحاً، على أساس أنه من الصعب إن لم يكن من المستحيل في بعض الحالات إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي بأكمله، فضلاً على أن الاختيار العلمي الدقيق للعينة يؤدي إلى الوصول إلى نتائج متماثلة مع نتائج كل مفردات المجتمع الأصلي ( عبد الحميد 2004، ص 102) قد تألف المجتمع الأصلي لبحثنا من مجموعة صرخة ضد الجدار.

مفهوم العينة القصدية تعرف العينة القصدية أو بالعينة الغير احتمالية، وهي فرع من فروع اختيار العينة حيث يستخدم طرقاً غير عشوائية لاختيار مجموعة من الأشخاص للمشاركة في عملية البحث.

تجدر الإشارة إلى أن العينة القصدية لا تركز على التمثيل الدقيق لجميع الأعضاء من مجموعة كبيرة من السكان ضمن مجموعة عينة أصغر من المشاركين، ونتيجة لذلك لا يتمتع كل أفراد السكان بفرص متساوية للمشاركة في الدراسة.

### أداة جمع البيانات

تعتبر أداة الدراسة، وسيلة ملائمة للحصول على بيانات ومعلومات وحقائق مرتبطة بواقع أو ظاهرة معينة: (عبيدات وآخرون، 2001، ص 109). لذا قمنا باختيار المقابلة كأداة لجمع البيانات الميدانية من عينة الدراسة.

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

تحديد المفاهيم:

الاتصال الجماهيري:

يعرف الاتصال الجماهيري بأنه عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية. ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مذهشة، مع مقدرة على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات. (صالح خليل أبو إصبع، 1999، ص 15-17)

القيم:

هي المعتقدات حول الأمور والغايات وأشكال السلوك المفضلة لدى الناس والتي توجه مشاعرهم وتفكيرهم ومواقفهم وتصرفاتهم واختياراتهم وتنظم علاقاتهم وتوسع مواقفهم وتحدد هوياتهم". (أبو جادو، 1998، ص 187)

المواطنة:

تعرف المواطنة في دلالتها العامة على أنها: عبارة عن مجموعة من الحقوق المادية والمعنوية، الفردية والجماعية تتكفل الدولة بصياغتها وتمكين المواطنين منها في مقابل مجموعة من الواجبات يسري بعضها المواطنين في شكل خدمات تحت إشراف ومراقبة الأجهزة الإدارية للدولة. (ولديب، 2012، ص 49)

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

الدراسات السابقة:

دراسة حسين زيدان وعلي قاسم (2020): بعنوان " وسائل الاعلام الإلكترونية ودورها في ترسيخ قيم المواطنة الاجتماعية وفق رؤية مجتمعية"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى تأثير وسائل الاعلام الإلكترونية في ترسيخ قيم المواطنة ، ويهدف إلى تحديد اهم وسيلة اعلامية الكترونية ذات تأثير في ترسيخ مفهوم المواطنة، ومدى تأثير وسائل الاعلام في ترسيخ قيم المواطنة وفق متغير لنوع (ذكور اناث)، وطلع الباحثان على الادبيات والدراسات السابقة ولتحقيق اهداف البحث فقد قام الباحثان ببناء اداة للبحث الحالي مكونة من (30) فقرة موزعة على اربعة مجالات هي) قيم المشاركة المجتمعية، قيم الديمقراطية، قيم الانتماء الوطني ( وله اربع بدائل (دائما- احيانا- ابدأ- غالبا) ولكل بديل وزن معين (1،2،3،4،5) لل فقرات الايجابية والعكس لل فقرات السلبية وكانت اعلى درجة للمقياس (150) و اقل درجة (30) وبلغ الوسط الفرضي فيبلغ (60).

وقد حدد الباحثان طلبة الجامعة مجتمع للبحث وتم اختيار (200) طالب وطالبة ، وبعد تطبيق المقياس استخرج الباحثان الصدق للأداة من خلال اسلوبي تميز الفقرات وعلاقة الفقرة بالدرجة الكلية، وستخدم الباحثان الحقيبة الإحصائية (SPSS) ، وأظهرت نتائج البحث ان مستوى تأثير وسائل الاعلام الإلكترونية في ترسيخ قيم المواطنة ضمن مستوى مرتفع من التأثير، وأظهرت النتائج ان المدونات الإلكترونية هي اكثر تأثير من بقية الوسائل الاعلامية كالصحف والإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي ، واطهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة احصائية في متغير النوع (ذكور - اناث) لطلبة الجامعة ولصالح الذكور في درجة تأثير قيم المواطنة لديهم من خلال تواصلهم واطلاعهم مع وسائل الاعلام الإلكتروني، ، وفي ضوء النتائج التي لها البحث وضع الباحثان عدد من التوصيات والمقترحات.

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

دراسة عبد الله بن محمد بن بختب صفرار (2017): بعنوان "دور شبكات التواصل

الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني"

هدفت الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر ماني الشباب الجامعي العماني، ولغرض تحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث (المنهج الوصفي التحليلي)، كما استخدم الباحث أداة الدراسة (الاستبانة)، حيث قام الباحث بتصميم استبانة خاصة لهذا الغرض، وشملت أسئلة الاستبانة مختلف العوامل والوسائل وبفقرات بلغت (69) فقرة، وبخمس بدائل للإجابة.

تكون مجتمع هذه الدراسة من طلبة جامعة السلطان قابوس لأنها تضم العدد الأكبر من الطلبة الجامعيين حيث بلغ عددهم (15500)، وهم يمثلون مختلف أطياف المجتمع العماني وشرائحه، وتم استخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة، حيث تم توزيع الاستبانات على مجتمع الدراسة (500) طالبا وطالبة، وبعد جمع الاستبانات تم استبعاد (23) استبانة. ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة هو أن شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال ما تنشره عبر تطبيقاتها وبمختلف أنماطها قد عززت قيمة الأخوة بين المواطنين، وأكدت على اللحمة الوطنية بين أفراد المجتمع العماني، وأن معظم المجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي تحت على التكافل والتعاون ومعاونة المحتاج، وأغلب تلك الدعوات التي تطلقها المنشورات الخاصة أو العامة تظهر مضمون التكافل كخلق كريم وبأنه واجب على المواطن. كما بينت الدراسة أن من أبرز شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي تعمل على تعزيز وترسيخ معظم قيم المواطنة وفي مقدمتها الولاء للوطن والدفاع عنه وحق المشاركة السياسية والانتخاب.

دراسة بدر حمد الصلال (2012): بعنوان " دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة

في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي"

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز أبعاد المواطنة لدى شريحة من شرائح المجتمع الكويتي (الشباب)، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي وطبق الباحث استبياناً يتكون من 22 فقرة تحاول قياس مستويات مشاهدة القنوات والفضائيات الكويتية والرسمية والخاصة وكذا قياس أبعاد مفهوم المواطنة.

وبعد المعالجة الإحصائية للبيانات عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS<sup>°</sup>) توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أن المتوسطات الحسابية العامة لتقييم أفراد العينة لدور الفضائيات الرسمية والخاصة كانت متوسطة للنوعين من الفضائيات والقنوات التلفزيونية، كما سجلت القنوات الخاصة متوسطات حسابية مرتفعة في ثلاث فقرات هي: التعريف بأحوال المجتمع الكويتي، نشر الوعي السياسي، التعريف بالمؤسسات والشخصيات الوطنية الفاعلة في المجتمع الكويتي.

## الإطار النظري للدراسة

### الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

#### تمهيد:

الاتصال الجماهيري هو عملية تبادل المعلومات والرسائل بين الحكومة والمجتمع المدني، ويتضمن العديد من الأدوات والتقنيات مثل وسائل الإعلام، والحملات الإعلانية، والندوات والمؤتمرات، والتفاعلات عبر الإنترنت. ويعد الاتصال الجماهيري أحد العوامل الرئيسية في ترسيخ قيم المواطنة وتعزيزها في المجتمعات.

#### 1- مفهوم الاتصال الجماهيري وأهميته:

تعتبر الاتصالات الجماهيرية أمرًا حيويًا لنجاح المؤسسات والمنظمات في العديد من المجالات، بما في ذلك التسويق والإعلان والعلاقات العامة والمبيعات والتواصل الاجتماعي والعمل الخيري والتوعية بالقضايا الاجتماعية والبيئية والسياسية والاقتصادية. فالالاتصال الجماهيري يساعد على بناء الثقة والتفاعل بين المؤسسات والجمهور، ويساعد في تحقيق المصداقية والشفافية والمساءلة، ويساهم في تبادل الأفكار والمعلومات والرؤى بين المؤسسات والجمهور.

ومن أهمية الاتصال الجماهيري، تحقيق الأهداف وتحسين النتائج المالية للمؤسسات والمنظمات، حيث يتيح هذا النوع من الاتصال التواصل مع الجمهور المستهدف وفهم احتياجاتهم ورؤيتهم للمؤسسة، وتحسين المنتجات والخدمات المقدمة لهم بناءً على تلك الاحتياجات والرؤى. كما يساعد الاتصال الجماهيري في بناء صورة إيجابية للمؤسسة وتعزيز الثقة بينها وبين الجمهور، وزيادة الوعي بالمنتجات والخدمات التي تقدمها. (خليل أبو إصبع، 1999، ص 31)

#### 1-1 تعريف الاتصال الجماهيري ومفهومه

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

يمكن تعريف الاتصال الجماهيري على أنه عملية تبادل المعلومات والأفكار والرسائل بين المؤسسات والهيئات والأفراد من جهة، وبين الجمهور من جهة أخرى. ويهدف الاتصال الجماهيري إلى تحقيق أهداف محددة، مثل نشر المعلومات والتوعية والترويج للمنتجات والخدمات والتأثير على الرأي العام.

ويعتمد الاتصال الجماهيري على العديد من المهارات والتقنيات، مثل الإعلام والدعاية والإعلان والتنظيم والتخطيط والتنفيذ والتقييم. وتشمل وسائل الاتصال الجماهيري التلفزيون والإذاعة والصحف والمجلات والإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الأحداث والمؤتمرات والحملات الإعلامية والتسويقية. (رحيمة الطيب عيساني، 2002، ص43).

يمكن النظر إلى الاتصال الجماهيري على أنه عملية تفاعلية، حيث يتطلب تبادل الرسائل والمعلومات بين المرسل والمستقبل، وتحقيق تأثير معين على الجمهور المستهدف. ويتم التواصل في الاتصال الجماهيري عبر مجموعة واسعة من الوسائل والأدوات، بما في ذلك الإعلام الجماهيري والحملات الإعلامية والإعلانية والتسويقية، والأحداث والمؤتمرات واللقاءات الشخصية.

وأخيراً، يمكن القول إن الاتصال الجماهيري هو جزء أساسي من استراتيجية العمل والتسويق، ويمكن أن يساعد في بناء العلاقات الإيجابية مع الجمهور وتحقيق الهدف المنشود. ومن المهم الاستمرار في تطوير وتحسين الاتصال الجماهيري ومواكبة التغييرات والتحديات التي تواجه المؤسسات والأفراد، كما يجب أن يتم تقييم فعالية الاتصال الجماهيري بشكل دوري وإجراء التحسينات اللازمة لتحسين النتائج وتحقيق الأهداف.

### 1-2 أنواع الاتصال الجماهيري

يمكن تقسيم الاتصال الجماهيري إلى عدة أنواع، منها: (عصام سليمان الموسى، 1997، ص51)

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

1- الإعلام الجماهيري: ويشمل المحطات التلفزيونية والإذاعية والصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي. وتستخدم المؤسسات والأفراد هذه الوسائل لنشر رسائلهم وتوجيهها للجمهور المستهدف.

2- الحملات الإعلانية والتسويقية: وتشمل الإعلانات التلفزيونية والإذاعية والإعلانات المطبوعة والإلكترونية والحملات الترويجية المختلفة. وتهدف هذه الحملات إلى جذب الجمهور وتحفيزه على شراء المنتجات أو الخدمات التي تعرضها المؤسسات والأفراد.

3- الأحداث والمؤتمرات واللقاءات الشخصية: وتستخدم هذه الوسائل للتواصل المباشر مع الجمهور المستهدف، وتمكينه من الاطلاع على المنتجات أو الخدمات أو المعلومات التي يحتاجها. وتعتبر هذه الوسائل فرصة لتبادل الأفكار والتعرف على احتياجات الجمهور وتلبيتها.

4- العلاقات العامة: وتهدف إلى بناء وتعزيز العلاقات الإيجابية بين المؤسسات والأفراد والجمهور، وتحقيق التفاعل والتواصل المستمر معهم. ويتم ذلك من خلال استخدام العديد من الأدوات والتقنيات المختلفة، مثل إدارة الأزمات والإدارة الاجتماعية والعلاقات العامة الرقمية وغيرها.

### 1-3 عوامل الاتصال الجماهيري

وتعتمد فعالية الاتصال الجماهيري على عدة عوامل، منها:

1- الجودة: حيث يجب أن تكون الرسائل المرسل ذات جودة عالية وتحتوي على معلومات دقيقة وصحيحة، وتوجه إلى الجمهور المستهدف بلغة وأسلوب مناسبين.

2- التواصل المستمر: حيث يجب استخدام الوسائل المختلفة للتواصل مع الجمهور بشكل مستمر ومنظم، والاستجابة لاحتياجاتهم ومتطلباتهم.

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

3- الشفافية والصدق: يجب توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة للجمهور، وتجنب التضليل أو الإخفاء أو إعطاء معلومات غير دقيقة أو مغلوبة. ويتطلب ذلك الامتناع عن استخدام التلاعب في الحقائق أو الصور أو الفيديوهات.

4- التفاعلية: يجب أن تسمح الرسائل والحملات الإعلانية والأحداث والمؤتمرات واللقاءات الشخصية للجمهور بالتفاعل والتواصل مع المؤسسات والأفراد، وتقديم ردود فعل واستجابة لمتطلباتهم واحتياجاتهم.

5- الابتكار والتجديد: يجب استخدام التقنيات والأدوات الحديثة والإبداعية في الاتصال الجماهيري، والتجديد في الرسائل والأساليب المستخدمة بانتظام، لجذب الجمهور وتحفيزه على المشاركة والتفاعل.

6- القدرة على إدارة الأزمات: يجب أن تكون المؤسسات والأفراد قادرين على التعامل مع الأزمات والتحديات التي قد تواجههم في الاتصال الجماهيري، وتقديم الإجابات الصحيحة والواضحة والتأكد من أن الجمهور مطلع على ما يحدث.

ومن أجل تحقيق فعالية الاتصال الجماهيري، يجب على المؤسسات والأفراد العمل على تطوير مهاراتهم في التواصل على الجمهور والتواصل معه بشكل فعال واستخدام الأدوات والتقنيات المناسبة، وتحديد الأهداف الواضحة والمحددة للتواصل، وتحليل ردود الفعل والتغذية الراجعة من الجمهور، وتعزيز العلاقات الإيجابية معهم، وتقديم الخدمات والمنتجات التي تلبى احتياجاتهم ومتطلباتهم.

### 1-4 أهمية الاتصال الجماهيري في المجتمعات الحديثة

يعد الاتصال الجماهيري من أهم العوامل التي تحدد نجاح المؤسسات والأفراد في المجتمعات الحديثة. فالالاتصال الجماهيري يمثل عملية تواصل مستمرة بين المؤسسات والأفراد والجمهور المستهدف، ويهدف إلى تبادل المعلومات والأفكار والرؤى بشأن المنتجات أو الخدمات أو الأحداث أو القضايا المختلفة. (عبد الله الطويرفي، 1997، ص 45)

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

ويعتبر الاتصال الجماهيري من العوامل الأساسية التي تحدد نجاح أي مؤسسة أو فرد في المجتمعات الحديثة، حيث يمكن من خلالها: (عبد الله الطويرفي، 1997، ص 47)

1- بناء وتعزيز العلاقات الإيجابية مع الجمهور المستهدف، وتحقيق الثقة والولاء للعلامة التجارية أو المؤسسة.

2- نشر وتوعية الجمهور المستهدف بالمعلومات الصحيحة والمفيدة حول المنتجات أو الخدمات أو الأحداث أو القضايا المختلفة، مما يساعد على تحقيق الأهداف المرجوة.

3- توفير قنوات فعالة للاستجابة لاحتياجات ومتطلبات الجمهور المستهدف، والتفاعل معهم بشكل فعال.

4- تحسين سمعة المؤسسات والأفراد والعلامات التجارية، وتعزيز الصورة الإيجابية لهم أمام الجمهور والمجتمع.

5- تحقيق الأهداف التسويقية والدعائية للمنتجات والخدمات والأحداث المختلفة، وزيادة المبيعات والإيرادات.

وبالإضافة إلى ذلك، يعد الاتصال الجماهيري أداة مهمة في تحسين العلاقات الحكومية والسياسية، حيث يمكن من خلالها توعية الجمهور بالسياسات والقرارات الحكومية، وتعزيز الثقة بين الحكومة والمواطنين، وتحقيق الاستقرار السياسي والاجتماعي في المجتمع.

ولذلك، يعد الاتصال الجماهيري أحد العوامل الأساسية في تحقيق النجاح والتميز في المجتمعات الحديثة، ويجب على المؤسسات والأفراد العمل على تحسين وتطوير استراتيجيات الاتصال الجماهيري الخاصة بهم، وتوظيف أحدث التقنيات والأساليب في هذا المجال، وتحسين جودة الاتصال مع الجمهور المستهدف، والاستماع إلى متطلباتهم واحتياجاتهم، وتقديم الحلول المناسبة لها، والتفاعل معهم بشكل فعال، وذلك لتحقيق أهدافهم وتحقيق النجاح والتميز في المجتمع.

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

تعتبر الاتصالات الجماهيرية أحد العوامل الرئيسية في نجاح المؤسسات والأفراد في المجتمعات الحديثة، حيث تساعد على بناء العلاقات الإيجابية مع الجمهور وتعزيز الثقة والولاء للعلامة التجارية أو المؤسسة. وتتيح الاتصالات الجماهيرية للمؤسسات والأفراد التواصل مع الجماهير المستهدفة بطريقة فعالة وفي الوقت المناسب، وتوفير الإجابات على الأسئلة المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات أو الأحداث أو القضايا المختلفة.

وتتضمن أهمية الاتصال الجماهيري في المجتمعات الحديثة ما يلي: (فضيل دليو، 2010، ص60)

1- تحسين سمعة المؤسسات والأفراد: يعد الاتصال الجماهيري أداة مهمة لتحسين سمعة المؤسسات والأفراد، فعندما يتم توفير معلومات دقيقة وشفافة ومفيدة للجمهور المستهدف، يتم بناء الثقة والولاء للعلامة التجارية أو المؤسسة، وهذا يساعد على تحسين سمعتها وتعزيز صورتها الإيجابية في المجتمع.

2- تحقيق الأهداف التسويقية والدعائية: يساعد الاتصال الجماهيري على تحقيق الأهداف التسويقية والدعائية للمنتجات والخدمات والأحداث المختلفة، وزيادة المبيعات والإيرادات. حيث يتم توجيه الرسائل الإعلامية والإعلانية للجمهور المستهدف بشكل فعال، وتحقيق الانطباع الإيجابي للجمهور حول المنتج أو الخدمة أو الحدث المعلن عنه.

3- تحسين العلاقات الحكومية والسياسية: يعد الاتصال الجماهيري أداة مهمة في تحسين العلاقات الحكومية والسياسية، فهو يساعد على توعية الجمهور بالسياسات والقرارات الحكومية، وتعزيز الثقة بين الحكومة والمواطنين، وتحقيق الاستقرار السياسي والاجتماعي في المجتمع.

4- توفير قنوات فعالة للاستجابة لاحتياجات الجمهور: يساعد الاتصال الجماهيري على توفير قنوات فعالة للاستجابة لاحتياجات الجمهور ومتطلبات الجمهور المستهدف، والتفاعل معهم بشكل فعال. ويمكن من خلال الاتصال الجماهيري تلقي الملاحظات والاقتراحات والشكاوى من الجمهور، واتخاذ الإجراءات اللازمة لتلبية احتياجاتهم وتحسين الخدمات المقدمة لهم.

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

5- توفير المعلومات الدقيقة والشفافة: يساعد الاتصال الجماهيري على توفير المعلومات الدقيقة والشفافة للجمهور المستهدف، وهذا يساعد على بناء الثقة والولاء للعلامة التجارية أو المؤسسة. وعندما يكون لدى الجمهور المستهدف تفهم جيد للمنتج أو الخدمة أو الحدث المعلن عنه، يتم تعزيز الوعي والتفاعل معها، وهذا يؤدي إلى تحقيق الأهداف المرجوة بشكل أسرع وأكثر فعالية.

6- الاستفادة من الأدوات التكنولوجية المتقدمة: تساعد التقنيات الحديثة في تحسين جودة الاتصال الجماهيري، حيث يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني والرسائل النصية والتطبيقات الذكية للتواصل مع الجمهور المستهدف. ويمكن استخدام هذه الأدوات لتحديث الجمهور بشكل مستمر عن المنتجات والخدمات والأحداث والقضايا المختلفة، وتوفير قنوات فعالة للاستجابة للاحتياجات والمتطلبات الخاصة بالجمهور.

### 1-5 استراتيجيات الاتصال الجماهيري

تعتبر استراتيجيات الاتصال الجماهيري أداة مهمة لنجاح المؤسسات والأفراد في المجتمعات الحديثة، ويتطلب النجاح في هذا المجال الأخذ بعين الاعتبار عدد من العوامل الرئيسية.

ومن بين هذه العوامل: (محمد احمد عوض، 2000، ص 66)

1- تحديد الجمهور المستهدف: يتطلب النجاح في الاتصال الجماهيري تحديد الجمهور المستهدف بشكل دقيق، وذلك لتوفير الرسائل الصحيحة والمناسبة لمتطلباتهم واحتياجاتهم. ويجب أن يتم تحليل الجمهور المستهدف وتحديد اهتماماتهم واحتياجاتهم ومشاكلهم ومخاوفهم وأسلوبهم، وتوفير الرسائل والمحتوى الذي يتناسب معها.

2- توفير الرسائل الواضحة والمفهومة: يجب أن تكون الرسائل الجماهيرية واضحة ومفهومة للجمهور المستهدف، وذلك لتحقيق الفهم الصحيح للمعلومات والأهداف المراد تحقيقها. ويجب أن تكون الرسائل مبسطة ولا تحتوي على مصطلحات فنية أو صعبة الفهم.

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

3- توفير الاستجابة السريعة والفعالة: يجب توفير الاستجابة السريعة والفعالة للاستفسارات والشكاوى والمقترحات التي يتلقاها المؤسسة من الجمهور المستهدف، وذلك لتحسين العلاقة بين المؤسسة والجمهور وتحقيق الثقة والولاء للعلامة التجارية. ويمكن تحسين جودة الاستجابة عن طريق استخدام تقنيات التحليل الآلي والذكاء الاصطناعي لفهم الاستفسارات والشكاوى وتوجيهها للقسم المختص بسرعة وفعالية.

4- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين جودة الاتصال الجماهيري، حيث يمكن استخدام هذه الوسائل لتوفير المعلومات الدقيقة والشفافة والتواصل مع الجمهور المستهدف بشكل فعال. ويمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات والمناسبات والأحداث المختلفة، وتوفير قنوات فعالة للاستجابة للاحتياجات والمتطلبات الخاصة بالجمهور، وتحسين جودة الاتصال بين المؤسسة والجمهور.

5- تطوير استراتيجية الاتصال الجماهيري: يجب تطوير استراتيجية الاتصال الجماهيري بشكل دوري ومستمر، وذلك لتحسين جودة الاتصال والوصول إلى الجمهور المستهدف بشكل فعال. ويجب أن تتضمن استراتيجية الاتصال الجماهيري اهتماماً بتحليل النتائج الحملات السابقة وتحديد النقاط القوية والضعف في العملية السابقة، وتحديد الأهداف الجديدة وتحديد الرسائل والمحتوى الجديد الذي يتناسب مع الجمهور المستهدف. ويجب أن تشمل استراتيجية الاتصال الجماهيري أيضاً تحديد الأدوات والتقنيات المناسبة لتحقيق الأهداف المرسومة، وتحديد الميزانية المخصصة للحملة وتحديد الجدول الزمني لتنفيذ الحملة.

6- الاستماع للجمهور: يجب الاستماع للجمهور المستهدف بشكل دائم ومستمر، وذلك لفهم احتياجاتهم ومطالبهم ومشكلاتهم وتوفير الرسائل والمحتوى الذي يتناسب معها. ويمكن الاستماع للجمهور من خلال إجراء الاستبيانات والاستطلاعات والمناقشات والتفاعل مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ويجب أن يتم اتخاذ الإجراءات والتعديلات

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

اللازمة بناءً على ملاحظات الجمهور واحتياجاتهم، وتوفير الخدمات والمنتجات المناسبة والتي تلبي احتياجاتهم.

7- التركيز على القصص والتجارب: يمكن تحسين جودة الاتصال الجماهيري من خلال التركيز على القصص والتجارب الشخصية والملهمة، وذلك لأن القصص والتجارب يمكن أن تكون ملهمة وتحفز الجمهور المستهدف على التفاعل مع المؤسسة أو المنتجات أو الخدمات المقدمة. ويمكن استخدام القصص والتجارب في حملات الإعلانات والتسويقية والترويجية، ويمكن نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الإلكترونية وغيرها من الوسائل.

8- الالتزام بالشفافية: يجب الالتزام بالشفافية في جميع جوانب الاتصال الجماهيري، وذلك لتحقيق.

### 2- أدوار الاتصال الجماهيري

يشير الاتصال الجماهيري إلى المجموعة الواسعة من الأنشطة الإعلامية التي تستخدم للتواصل مع الجماهير ونشر الرسائل والأفكار والمعلومات المهمة. وتتضمن أدوار الاتصال الجماهيري مجموعة من المهام المتنوعة التي تشمل: (موسى عصام سليمان، 1986، ص 81)

- 1- دور التوعية والتثقيف: يساعد الاتصال الجماهيري على تعزيز الوعي والتثقيف بشأن القضايا الاجتماعية والصحية والبيئية والثقافية والاقتصادية والسياسية المختلفة، ويحقق ذلك عن طريق توصيل المعلومات والمعرفة إلى الجمهور بطرق مبتكرة وجذابة.
- 2- دور الإقناع والتأثير: يهدف الاتصال الجماهيري إلى تحقيق الإقناع والتأثير على سلوك وتصرف الجماهير، وذلك من خلال تقديم الرسائل الإعلامية والدعائية التي تشجعهم على اتخاذ إجراءات معينة، مثل الاهتمام بالصحة والتعليم والبيئة، والمشاركة في العمل التطوعي والخيري والاجتماعي، والمشاركة في الحوار العام وتشجيع قيم الحوار والتسامح والتعاون.
- 3- دور التواصل والحوار: يساعد الاتصال الجماهيري في تعزيز التواصل والحوار بين المؤسسات والجمهور، وذلك من خلال إنشاء قنوات تواصل مفتوحة وجذابة للحوار والمشاركة، وتحفيز الجمهور على المشاركة في الحوار وتقديم الآراء والاقتراحات والتعليقات، والاستجابة لها بشكل واضح وفعال.
- 4- دور التنظيم والإدارة: يمكن للاتصال الجماهيري أن يساعد في تنظيم وإدارة الأحداث والمناسبات المختلفة، وذلك من خلال توفير خدمات الإعلام والدعاية والإعلان والترويج اللازمة، وتنظيم الحملات الإعلامية المختلفة، وتقديم الخدمات الإعلامية للمؤسسات والجماهير والمجتمعات المختلفة.
- 5- دور الإدارة الاستراتيجية: يهدف الاتصال الجماهيري إلى تحقيق أهداف الإدارة الاستراتيجية للمؤسسات والمنظمات المختلفة، وذلك من خلال تطوير الخطط الاستراتيجية

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

للاتصال الجماهيري وتحديد الأهداف والرسائل الإعلامية المناسبة، وتحديد الجماهير المستهدفة والقنوات الإعلامية المناسبة للتواصل معهم، وتقييم النتائج وتحسين الأداء.

### 2-1 دور الاتصال الجماهيري في تعزيز التواصل والتفاعل بين الحكومة والمواطنين

يعتبر الاتصال الجماهيري دورًا حيويًا في تعزيز التواصل والتفاعل بين الحكومة والمواطنين. فهو يساعد على بناء علاقة جيدة بين الحكومة والجمهور وتحسين الثقة والشفافية في العملية الحكومية. ويمكن أن يؤدي الاتصال الجماهيري إلى تحقيق العديد من المزايا في هذا الصدد، ومن أهمها: (مصطفى حجازي، 1982، ص 53)

1- تعزيز الفهم المتبادل: يعتبر الاتصال الجماهيري وسيلة لتحسين الفهم المتبادل بين الحكومة والمواطنين. وذلك يتم من خلال تحديد اهتمامات المواطنين ومشاكلهم وتحسين تقديم الحكومة بالتحديات والمشكلات التي تواجه المواطنين، وتوفير الإجابات والمعلومات الصحيحة والمفصلة للأسئلة والاستفسارات التي يطرحها المواطنون، وذلك يساعد على بناء علاقة تفاعلية وناجحة بين الحكومة والمواطنين.

2- توفير الشفافية: يعتبر الاتصال الجماهيري وسيلة لتحسين الشفافية في العملية الحكومية، حيث يتم توفير المعلومات الصحيحة والمفصلة حول القرارات والسياسات الحكومية، وذلك يساعد على زيادة الثقة بين الحكومة والمواطنين وتحسين العلاقة بينهما.

3- تحسين الإدارة الحكومية: يمكن للاتصال الجماهيري أن يساعد في تحسين الإدارة الحكومية بتوفير المعلومات اللازمة للحكومة حول ما يتوقعه المواطنون منها، وتحديد القضايا التي تحتاج إلى اهتمام الحكومة والحلول المناسبة لها.

4- تعزيز المشاركة المجتمعية: يمكن للاتصال الجماهيري أن يشجع المواطنين على المشاركة المجتمعية في عملية صنع القرارات الحكومية، وتحسين المشاركة المدنية والمواطنة الفاعلة، وذلك يساهم في تعزيز الديمقراطية والمساواة والعدالة المجتمع.

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

5- تحسين الصورة العامة للحكومة: يعتبر الاتصال الجماهيري وسيلة لتحسين الصورة العامة للحكومة أمام المواطنين، وذلك يتم من خلال توفير المعلومات الصحيحة والمفصلة حول الإنجازات والإنجازات الحكومية، وتوضيح الأهداف والرؤى الحكومية، وذلك يساعد على تعزيز الثقة والتفاعل بين الحكومة والمواطنين.

6- التواصل مع المواطنين في حالات الأزمات: يمكن للاتصال الجماهيري أن يساعد في التواصل مع المواطنين في حالات الأزمات مثل الكوارث الطبيعية والأحداث الطارئة الأخرى، وتوفير المعلومات المهمة والتوجيهات اللازمة للمواطنين، وذلك يساعد على تخفيف الضغط النفسي وتحسين التعاون والتفاعل بين الحكومة والمواطنين.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للاتصال الجماهيري أن يساعد في تحسين الإدارة الحكومية من خلال توفير المعلومات اللازمة للحكومة وتحديد المشكلات التي تواجه المواطنين، وتحسين العلاقة بين الحكومة والمواطنين، وتعزيز الثقة والشفافية في العملية الحكومية.

لجميع، ويجب تجنب استخدام المصطلحات التقنية والمعقدة والتي لا يفهمها العامة.

- الاستماع للمواطنين: يجب الاستماع بعناية لما يقوله المواطنون واحترام آرائهم وملاحظاتهم والرد عليها بشكل مناسب وفوري.

- توفير الدعم الفني: يجب توفير الدعم الفني والتقني للمواطنين الذين يواجهون مشاكل في استخدام الخدمات الحكومية، وذلك يساعد على تحسين تجربة المستخدم للخدمات الحكومية وتعزيز الثقة في الحكومة.

- التعاون مع وسائل الإعلام: يجب التعاون مع وسائل الإعلام المختلفة لتوفير المعلومات والأخبار حول القرارات الحكومية والأحداث العامة، وذلك يساعد على توسيع دائرة الاتصال والتواصل مع المواطنين. (إسماعيل علي سعد، 1979، ص 77)

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

- الاستفادة من التجارب الدولية: يمكن الاستفادة من التجارب الدولية والممارسات الناجحة في مجال الاتصال الجماهيري، وذلك لتحديد الممارسات الفعالة وتطبيقها في السياق المحلي.

- التحديث المستمر: يجب تحديث المعلومات والأخبار والسياسات الحكومية بشكل دوري وفوري، وذلك لتلبية احتياجات المواطنين وتحسين فعالية دور الاتصال الجماهيري.

- الاستخدام الجيد للإحصاءات: يجب استخدام الإحصاءات والبيانات المتاحة لتحليل احتياجات المواطنين وتحديد الأولويات في تقديم الخدمات الحكومية، كما يمكن استخدام الإحصاءات في تقييم فعالية دور الاتصال الجماهيري.

وفي النهاية، يجب أن يكون دور الاتصال الجماهيري جزءاً أساسياً من استراتيجية الحكومة في التواصل مع المواطنين وتحسين خدماتها، وهو يساعد على تحقيق الشفافية والمساءلة وتحسين التفاعل والثقة بين الحكومة والمواطنين. لذلك، يجب على الحكومات الاستثمار في هذا المجال وتحسين الممارسات والأساليب المتبعة لتعزيز دور الاتصال الجماهيري وتحقيق الأهداف المنشودة. (إسماعيل علي سعد 1979، ص78)

### 2.2 دور الاتصال الجماهيري في تشجيع المشاركة المجتمعية والديمقراطية:

يلعب دور الاتصال الجماهيري دوراً مهماً في تشجيع المشاركة المجتمعية والديمقراطية، حيث يعمل على تحسين التواصل والتفاعل بين الحكومة والمواطنين، وتعزيز الشفافية والمساءلة والمشاركة الفعالة للمواطنين في صنع القرارات. (عاطف عبيد، 2002، ص92)

فيما يلي بعض الأمثلة التي توضح دور الاتصال الجماهيري في تشجيع المشاركة المجتمعية والديمقراطية: (عاطف عبيد، 2002، ص95)

1- توفير المعلومات: يعمل دور الاتصال الجماهيري على توفير المعلومات الكافية والواضحة حول السياسات والقرارات الحكومية، وذلك يساعد على تمكين المواطنين من فهم

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

الأمر بشكل أفضل واتخاذ قرارات مدروسة ومعلومة. كما يساعد على تحقيق الشفافية والمساءلة وتعزيز الثقة بين الحكومة والمواطنين.

2- الحوار والتواصل: يعمل دور الاتصال الجماهيري على تشجيع الحوار والتواصل بين الحكومة والمواطنين، وذلك يساعد على إدراك الاحتياجات والمطالب الحقيقية للمواطنين وتلبيتها بشكل أفضل، كما يمكن من خلال هذا الحوار تحديد الأولويات والتحسينات المطلوبة في الخدمات الحكومية.

3- التوعية والتثقيف: يمكن استخدام دور الاتصال الجماهيري لتوعية المواطنين حول القضايا المهمة والمتعلقة بالديمقراطية والمشاركة المجتمعية، وذلك يساعد على زيادة الوعي والتثقيف وتحفيز المواطنين للمشاركة بشكل أكبر في العمل الحكومي والمجتمعي.

4- تشجيع المشاركة والمساهمة: يمكن استخدام دور الاتصال الجماهيري لتشجيع المواطنين على المشاركة الفعالة في العمل الحكومي والمجتمعي، وذلك يساعد على تعزيز الديمقراطية والمشاركة المجتمعية وتحسين التفاعل بين الحكومة والمواطنين. ويمكن تحقيق ذلك عن طريق توفير المنصات المناسبة للمشاركة والتعبير عن الرأي، وتحفيز المواطنين على المساهمة في صنع القرارات وتطوير السياسات العامة.

5- التقييم والتحسين: يساعد دور الاتصال الجماهيري على تحسين الخدمات الحكومية وتطويرها بشكل مستمر، وذلك من خلال تقييم فعالية التواصل والتفاعل بين الحكومة والمواطنين، والاستماع لملاحظاتهم واقتراحاتهم وتطبيقها على أرض الواقع.

وبشكل عام، يمكن القول إن دور الاتصال الجماهيري يساعد على تعزيز الديمقراطية والمشاركة المجتمعية من خلال تحسين التواصل والتفاعل بين الحكومة والمواطنين، وتعزيز الشفافية والمساءلة والمشاركة الفعالة للمواطنين في صنع القرارات. لذلك، يجب على الحكومات الاهتمام بتطوير دور الاتصال الجماهيري وتحسين الممارسات المتبعة في هذا المجال، وتوفير المنصات المناسبة للمشاركة والتعبير عن الرأي وتحفيز المواطنين على المساهمة في صنع القرارات وتطوير السياسات العامة. (إسماعيل علي سعد، 1979، 87)

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

### 2.3 دور الاتصال الجماهيري في نشر الوعي وتوعية الجمهور:

يعتبر دور الاتصال الجماهيري في نشر الوعي وتوعية الجمهور بالمعلومات والمواضيع الهامة من الأدوار الأساسية لهذا النوع من الاتصال. ويتم ذلك من خلال استخدام أساليب ووسائل مختلفة لتوصيل الرسائل والمعلومات للجمهور، وتحسين فهمهم للموضوعات المختلفة. (عاطف عبيد، 2002، ص 115)

يمكن تحقيق دور الاتصال الجماهيري في نشر الوعي وتوعية الجمهور عن طريق التركيز على بعض النقاط الرئيسية، مثل: (عاطف عبيد، 2002، ص 119)

1- اختيار الجمهور المناسب: يتطلب دور الاتصال الجماهيري تحديد الجمهور المستهدف بدقة، وفهم احتياجاتهم واهتماماتهم ومستوى تعليمهم وثقافتهم، وذلك يساعد على تحديد الرسالة الأمثل والوسائل المناسبة لتوصيلها لهم بشكل فعال.

2- استخدام وسائل الإعلام المختلفة: يمكن استخدام وسائل الإعلام المختلفة مثل الإذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات والإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لتوعية الجمهور، وذلك يساعد على وصول الرسالة لشرائح مختلفة من المجتمع.

3- استخدام الأساليب البسيطة والواضحة: يجب استخدام الأساليب البسيطة والواضحة في توصيل الرسائل والمعلومات للجمهور، وتجنب استخدام المصطلحات الفنية والمعقدة التي قد تصعب على الجمهور فهم المعلومات.

4- توفير المعلومات الدقيقة والموثوقة: يجب توفير المعلومات الدقيقة والموثوقة للجمهور، وتجنب نشر الشائعات والأخبار المغلوطة التي قد تؤدي إلى تضليل الجمهور وخلق البلبلة.

5- الاستماع والتفاعل: يجب الاستماع إلى ملاحظات واقتراحات الجمهور والتفاعل معها بشكل فعال، وذلك يساعد على فهم احتياجات الجمهور وتلبية متطلباتهم بشكل أفضل.

بشكل عام، يمكن القول إن دور الاتصال الجماهيري في نشر الوعي وتوعية الجمهور يساهم بشكل كبير في تحسين الوعي والمعرفة لدى الجمهور، وتعزيز فهمهم للمواضيع المختلفة

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

والمساهمة في تحسين جودة حياتهم. كما أنه يساهم في تعزيز العلاقة بين المؤسسات والمنظمات والجمهور، وتحسين الثقة والولاء لهذه المؤسسات والمنظمات، ويساهم بالتالي في تحقيق الأهداف المشتركة وتطوير المجتمع بشكل عام.

إضافةً إلى النقاط المذكورة أعلاه، يمكن تحقيق دور الاتصال الجماهيري في نشر الوعي وتوعية الجمهور عن طريق:

6- تنظيم الفعاليات والأنشطة التوعوية: يمكن تنظيم الفعاليات والأنشطة التوعوية المختلفة مثل المحاضرات وورش العمل والمعارض والحملات الإعلامية والترويجية، وذلك يساهم في توعية الجمهور وتحسين فهمهم للمواضيع المختلفة.

7- إجراء دراسات الرأي والاستطلاعات الشعبية: يمكن إجراء دراسات الرأي والاستطلاعات الشعبية لفهم احتياجات الجمهور واهتماماتهم، وذلك يساعد في تحديد الرسالة الأمثل والوسائل المناسبة لتوصيلها إليهم بشكل فعال، كما يمكن استخدام هذه الدراسات لقياس فعالية الحملات التوعوية وتحسينها.

8- إنشاء المحتوى التوعوي: يمكن إنشاء المحتوى التوعوي المختلف مثل الفيديوهات والمقالات والصور والرسومات والإنفو جرافيك، وذلك يساعد في توصيل الرسالة بشكل بسيط وواضح وجذاب للجمهور، ويزيد من تفاعل الجمهور مع المحتوى.

9- التعاون مع وسائل الإعلام: يمكن التعاون مع وسائل الإعلام المختلفة لنشر المعلومات التوعوية وتحسين فهم الجمهور لها، وذلك يساهم في وصول الرسالة لشرائح أوسع من المجتمع.

علاوة على ذلك، يمكن استخدام الاتصال الجماهيري لنشر الوعي وتوعية الجمهور حول المسائل الاجتماعية والصحية والبيئية والسياسية والاقتصادية والثقافية والترفيهية، وذلك يساعد في تحقيق الأهداف الاجتماعية والبيئية والاقتصادية والثقافية والترفيهية المختلفة.

### 3- النظريات المفسرة للاتصال الجماهيري:

نظريات التأثير: لقد اهتمت النظريات الأولى للاتصال الجماهيري بتأثير رسائلها الاتصالية على الأفراد داخل البيئة الاجتماعية، وعند الحديث عن تأثيرات الإعلام على المستوى الجمعي أو الفرد، فإننا نتحدث عن جملة الاستجابات المعرفية، الوجدانية، والسلوكية التي تحققت بعد التعرض للمضامين الإعلامية؛ وقد قام العديد من الباحثين بالنظر في حقيقة قوة وسائل الإعلام والاتصال كعوامل مؤثرة في سلوك ومواقف ومعارف الأفراد والجماعات والمجتمع. وكانت نتائج الدراسات تختلف بسبب زوايا النظر والمتغيرات التي اختارها كل من هؤلاء وهذا سبب تعدد نظريات التأثير. (مي عبد الله، 2010،

ص163)

وقد حاولت هذه النظريات على اختلافها تقديم تفسيرات للأثر الذي تتركه وسائل الإعلام في المجتمع، كالتغير الاجتماعي الذي يتبلور بتغير الأفكار والاتجاهات، والقيم داخل المجتمع، ومن النظريات من ذهبت إلى حصول تأثيرات مادية بالنظر إلى وسائل الإعلام قادرة على تحقيق عمليات التحديث والتنمية، وبالنظر إلى الوسيلة الإعلامية بوصفها مؤسسة اقتصادية تساهم في التطور الاقتصادي، وغيرها من التحولات التي تحدث في المجتمع بإسهام من وسائل الإعلام ومحتوياتها.

ولعل المنتبغ لنظريات تأثير وسائل الإعلام سيجدها أشبه بموجات تتداخل فيما بينها أو تدور في حلقة، حيث ما تلبث أن تسود نظرية ما إلى حين حتى تظهر نظرية أخرى، وكأن نظرية حلت محلها أو طوتها بين جنباتها. (مي عبد الله، 2010، ص 165)

ويبقى نموذج التأثير من بين ابرز وأقوى النماذج في تفسير الاتصال الجماهيري؛ حيث أن البحوث مازالت قائمة إلى حد الآن حول التأثيرات المحتملة لوسائل الإعلام ومضامينها، فقد تواصل مع الإعلام الجديد أو ما يسمى استخدام تكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وتطبيقاته مثل شبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية،

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

وغيرها... محل دراسة وبحث من قبل الباحثين من أجل معرفة تأثيراتها في الوقت الراهن، بعيدا عن النظرية السابقة التي نضجت في بيئة مختلفة عن اليوم.

### 3-1 النظريات المتعلقة بالجمهور:

لقد ظهر مفهوم الجمهور مع وسائل الاتصال الجماهيري، وكذلك مفهوم المجتمع الجماهيري، وترتبط بتعرض الأفراد إلى المحتويات الإعلامية وتلقيها وفق عادات وأنماط معينة قابلة للملاحظة والقياس لمعرفة مدى ارتباط هؤلاء الأفراد بوسائل الإعلام، ومعرفة علاقات الارتباط بالرسائل التي تنتجها وسائل الإعلام. وقد حاول الباحثون رصد حركة الجمهور اتجاه وسائل الإعلام وطبيعة العلاقات التي تنشأ بينهما ومن خلال مجموعة من المقاربات التي أعطت تفسيرات حول الجمهور وتعامله مع المحتويات الإعلامية.

وفي هذا السياق يجب أن نميز بين توجهات ضمت نظريات مفسرة للجمهور وعلاقته بوسائل الاعلام، ويعرف النموذج الأول القائم على التأثير قصير المدى أو الفوري وهذا ما نجده في النظريات الأولى للاتصال الجماهيري كما هو الشأن بالنسبة لنظرية التأثير المباشر، أو منظور لازرسفيلد، ليستبدل لاحقا بنموذج التأثير الإدراكي وسمته التأثير بعيد المدى الذي سعى بدراسات التلقي الذي اهتم بالكيفية التي يؤول بها المتلقي للرسائل الاعلامية، أي التركيز عملية التلقي في حد ذاتها باعتبارها ممارسة لها أسسها الاجتماعية والثقافية، وباعتبارها عملية بناء اجتماعي للمعاني التي يضيفها المتلقي للرسائل الاعلامية. (قسايسية، 2011، ص 84-85)

ويتمثل المقرب الأول في التأثير المحدود، وقد ركزت على التبادلات التي تظهر على المستوى المعرفي، الوجداني، والسلوكي للجمهور، كتغيير الاتجاهات والبراء والمواقف، أو الشعور بالخوف، المتعة أو التوجه إلى شراء منتجات معينة بفعل الاشهار. وكثيرا ما وصفت هذه النظريات بالمبالغة في نظرتها للجمهور وتصرفاته اتجاه وسائل الاعلام.

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

في حين أن النظريات التي قامت على مقرب التلقي الذي قام على فكرة مفادها أن أهم شيء في التواصل الأدبي هي تلك المشاركة الفعالة بين النص والقارئ أما فيما يخص الاتصال الجماهيري، فيركز منظرو الاعلام على الدور الذي يلعبه الجمهور في فك رموز الرسائل وإضفاء المعاني عليها، ليست هي بالضرورة نفس معنى النصوص، أي ليست نفس المعنى الذي يقصد القارئ بالاتصال. (قسايسية، 2011، ص 88-89)

يعتبر هذا الطرح من أهم الأطروحات الراهنة في فهم سلوك المتلقي تجاه الرسائل الإعلامية، والذي يوصف بالإيجابية مادام يساهم في إثراء المعاني الواردة في النصوص الإعلامية.

### 3-2 النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال:

تجدر الإشارة ابتداءً إلى أن الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال تعتبر قليلة مقارنة بنظريات التأثير، أو التي اهتمت بالجمهور، رغم أنه وكما هو معلوم أن الرسالة الإعلامية لا تأتي من فراغ، وان انتاجها يحتكم إلى الكثير من السياقات، ومنها سياق منتج الرسالة الإعلامية، كوضعه السوسيو مهني، أفكاره، والقيم التي يؤمن بها؛ فينعكس كل هذا على بناء النص الإعلامي، أو الرجوع إلى سياق المؤسسة التي يعمل بها وما تفرضه من قيود، بالإضافة إلى السياق التشريعي، والضمير المهني وغيرها من الإكراهات التي تأخذ المنتج الإعلامي في اتجاه معين.

وقد كانت البدايات الأولى للاهتمام بالقائم بالاتصال مع دراسة روستين التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية الموسومة بمراسلي واشنطن سنة 1937 وهي دراسة حول سيكولوجية المراسل الصحفي، ونشرت مجلة تصدر بالولايات المتحدة الأمريكية دراسة حول العاملين بصحيفة ملواكي. وبقي الأمر على حاله إلى ان نشر الباحث الأمريكي ديفيد مانج وايت دراسته هو حارس البوابة وانتقاء الأخبار التي كانت بمثابة دفعة قوية في مجال البحث حول القائمين بالاتصال. (الضلاعين وآخرون، 2016، ص 168)

## الفصل الثاني: الاتصال الجماهيري

وتعتبر نظرية حارس البوابة من أهم النظريات التي اهتمت بالقائم بالاتصال، وملخص هذه النظرية أن العاملين في وسائل الإعلام هم الذين يقررون المدخلات والمخرجات الموجهة للجمهور، حيث يخضع هؤلاء المواد الإعلامية إلى عملية تصفية وترشيح، فيقررون ما يذهب للجمهور، وما يهمل من رسائل، وبالتالي فهم يسيطرون على المعلومات التي تتواجد بالمحيط الاجتماعي ويتحكمون في انتقالها إلى الأفراد والجماعات حسب السياقات التي ذكرناها آنفا.

في هذا السياق أجريت بعض الدراسات التي انطلقت من نظرية حارس البوابة، وقدمت تلك الدراسات تحليلا وظيفيا لأساليب السيطرة والتحكم التنظيمي والاجتماعي في غرفة الأخبار، والعوامل التي تؤثر على اختيار المحررين وعرض أخبارهم ومن هؤلاء الباحثين الذي اهتموا بهذا الإشكال، نجد وراين، بريد، روي كارتر، جببر وغيرهم ... ، (الضلاعين وآخرون، 2016، ص 169) إلا أن هذه الدراسات لم تتوقف فمازالت نظرية حارس البوابة تحظى بالاهتمام في الوقت الراهن رغم التحول الذي لحق بالبيئة الإعلامية من خلال الإعلام الجديد فهناك من يطرح فكرة صلاحية نظرية حارس البوابة في ظل المشاركة القوية لكل الأطراف في العملية الاتصالية وفي نقل الأخبار.

ومن بين الدراسات العربية التي اهتمت بالقائم بالاتصال دراسة عبد الرحمن عزي حول المرسل الصحفي والتي تمحورت حول البعد الاجتماعي الذي يتحكم في المرسلين من خلال العامل الثقافي، وأخلاقيات المهنة، والقيم التي يحتكم إليها، حيث في السابق كان المرسل بمرتبة قائد الرأي الذي له ثقافة واسعة، أما اليوم فالمرسل محدود الثقافة مع الوسائل الجديدة. أما المحور الثاني حول المراقبة الاجتماعية وهي علاقة التأثير بين هيئة التحرير والصحيفة والآليات التي تضعها من أجل الحفاظ على خط الوسيلة الإعلامية والأفعال التي يقوم بها الصحفي من أجل تخطي هذه السياسة في غرفة الأخبار. (عزي، 1992، ص 40

## الفصل الثالث: قيم المواطنة

### الفصل الثالث: قيم المواطنة

#### تمهيد:

تعتبر المواطنة أساساً لبناء مجتمع قوي و متماسك، وأداة فاعلة للنهوض بالوطن والارتقاء به ويتوقف ذلك على العديد من الأدوار الصحيحة والصالحة بين الأفراد داخل المجتمع الواحد من جهة وبينهم وبين من يحكمهم من جهة أخرى، وذلك في إطار منظومة مجتمعية وسياسية قائمة على التوزيع العادل للحقوق والواجبات واحترام الآخر وضمان حرية الرأي والتعبير وتجسيد المفهوم الصحيح للديمقراطية وغيرها من القيم والمعايير التي تشكل جوهر المواطنة الحقيقية والتي تنحو بالمجتمع نحو التطور والازدهار في مختلف المجالات

#### 1- مفهوم المواطنة:

ورد تعريف المواطنة في موسوعة الكتاب الدولي كالاتي: «عضوية كاملة في دولة أو بعض وحدات الحكم، وتؤكد أن المواطنين لديهم بعض الحقوق مثل حق التصويت وحق تولي المناصب العامة، وكذلك عليهم بعض الواجبات مثل واجب دفع الضرائب والدفاع عن بلدهم. (العيدي، 2008، ص 6).

أما "جون ديوي" رأى أن المواطنة لا تعني أكثر أو أقل من المشاركة في التجربة الحياتية ، فالمواطنة ليست أقل من جعل العقل اجتماعياً، بحيث يجعل خياراته للانتقال إلى الأفضل له ولجماعته مكانة أو علاقة تقوم بين فرد ومجتمع سياسي دولة ( المالكى 2008، ص 16)، ومن خلال هذه العلاقة يقدم الطرف الأول أي المواطن الولاء ويتولى الطرف الثاني الحماية، وتحدد هذه العلاقة بين الفرد والدولة عن طريق أنظمة الحكم القائمة ( بدوي، 1982 ، ص (73) ، كما عرفت موسوعة المعارف البريطانية المواطنة بأنها: "علاقة بين فرد ودولة يحددها قانون تلك الدولة وبما تتضمنه تلك العلاقة من حقوق وواجبات في تلك الدولة". (الكواري، 2001 ص 177).

وهذا التعريف يؤكد على أن المواطنة على وجه العموم تسبغ على المواطن واجبات مثل: تنفيذ قوانين الدولة والالتزام بها، والتضحية من أجل الوطن.

## الفصل الثالث: قيم المواطنة

وعرفت موسوعة الكتاب الدولي لديهم المواطنة بأنها "عضوية كاملة في الدولة أو بعض وحدات الحكم، وأن المواطنين بعض الحقوق مثل: حق التصويت، وحق تولي المناصب العامة، وكذلك عليهم بعض الواجبات مثل واجب دفع الضرائب والدفاع عن بلدهم (مكرم عبيد، 2006، ص 24).

وبذلك فإن المواطنة تحدد علاقة الفرد بدولته وفق الدستور السائد فيها والقوانين التي تنظم العلاقة بينهما من حيث الحقوق والواجبات (الكواري، 2001، ص 118) وتعتبر المواطنة عن حب الفرد وإخلاصه لوطنه بما فيها الانتماء إلى الأرض والناس والعادات والتقاليد والاعتزاز بتاريخ مجتمعة وأمته والتقاني في خدمة وطنه (مجموعة من العلماء والباحثين، 1996، ص 110).

وبذلك فمفهوم المواطنة يحمل تحت طياته مشاعر الحب والولاء والانتماء؛ بما يعني حب الوطن والأرض والفخر بالتراث والحضارة، كما تتجلى مظاهرها في الالتزام بالحقوق والواجبات واحترام القوانين والمعايير السائدة في الوطن، والتوحد معه، والعمل على حمايته والدفاع عنه وقت الأزمات بكل غال ونفيس حرصاً على تماسكه ووحدته واستمرارية بقاءه وسلامته.

ويُعرف "Giroux" المواطنة بقوله: "أنها شكل من أشكال الانتاج الثقافي، وينبغي أن نفهم تشكل المواطنة باعتبارها عملية إيديولوجية تعانين من خلالها أنفسنا وكذلك علاقتنا بالآخرين وبالعالم في نظام معقد من المصالح والعلاقات غالباً ما يكون متضارباً (عبد الرؤوف عامر، 2012، ص 10).

ويمكن تعريف مفهوم المواطنة كما تناولتها بعض المراجع مثل دائرة المعارف البريطانية وموسوعة الكتاب الدولي وموسوعة كوير الأمريكية بأنها "علاقة بين الفرد والدولة يحددها قانون تلك الدولة، وما تضمنه تلك العلاقة من واجبات كدفع الضرائب والدفاع عن الوطن وما تمنحه من حقوق كحق التصويت وتولي المناصب العامة (قاسم، 2008، ص 11). وهي الرابطة الاجتماعية والقانونية بين الأفراد ومجتمعهم السياسي والديمقراطي، وهي

## الفصل الثالث: قيم المواطنة

المؤسسة الرئيسية التي تربط الأفراد ذوي الحقوق بمؤسسات الحماية للدولة، وعليه فهي عنصر رئيسي للديمقراطية، ومن ثم فهي تستلزم واجبات ومسؤولية مهمة تصبح الديمقراطية عاجزة من دونها، وتتضمن تلك الواجبات دفع الضرائب، والخدمة في القوات المسلحة، وإظهار الولاء للمجتمع والنظام السياسي، والمشاركة في الحياة المدنية والسياسي، كما تتضمن مسؤوليات المواطنة العمل على تضييق الفجوة بين المثالية والواقعية (بن صالح عامر، 2015، ص. 27).

وهي صفة المواطن التي تحدد حقوقه وواجباته الوطنية، ويعرف الفرد حقوقه ويؤدي واجباته عن طريق التربية الوطنية، وتتميز المواطنة بنوع خاص بولاء المواطن لبلاده، وخدمته في السلم، والحرب والتعاون مع المواطنين لتحقيق الأهداف القومية (بوزيان 2015، ص 27).

وبالنظر إلى العوامل المؤثرة في المواطنة وتأثيرها في البناء الاجتماعي والثقافي والتربوي وتعزيز منظومة القيم الاجتماعية بغية الوصول إلى بناء اجتماعي متماسك يقوم على الاعتزاز بالمجتمع وقيمه وتاريخه والجديد والتطلع إلى مواكبه التغيير العالمي من حوله خاصة في ظل الانفجار المعرفي وثورة الاتصالات فان دراسة الاتجاهات المعاصرة في تربية المواطنة تشكل ضرورة ملحة، لما لها من أثر تحديد أولويات المجتمع نحو تربية معاصرة للمواطن بما يكفل تربية ومواطنة سليمة وواعده ويوظف التقنيات المتاحة للارتقاء بها (القاري، 2005، ص 44 )

وكتعريف للمفهوم الواسع للمواطنة نقول بأنها تعني الصلة بين الفرد والمجتمع التي يقيم فيها بشكل ثابت، ويرتبط بها جغرافيا وتاريخيا وثقافيا، كما يعد ازدياد الشعور بالمواطنة من التوجهات المدنية الأساسية، التي من أهم مؤشرات احترام القانون والنظام العام، والموقف من ضان الحريات الفردية. ومن خلال ما تم ذكره يتضح لنا حليا معنى المواطنة مشاعر الحب والولاء والانتماء، بما يعني حب الوطن والأرض، والفخر بالتراث والحضارة تعبر المواطنة عن حب الفرد وإخلاصه لوطنه بما فيها الانتماء إلى الأرض والناس والعادات

## الفصل الثالث: قيم المواطنة

والتقاليد والاعتزاز بتاريخ مجتمعه وأمته، تتجلى مظاهرها في الالتزام بالحقوق والواجبات واحترام القوانين والمعايير السائدة في الوطن والتوحد معه والعمل على حمايته، والدفاع عنه وقت الأزمات بكل غال ونفيس حرصا على تماسكه ووحدته واستمرارية بقائه وسلامته.

### قيم المواطنة :

إنها مجموعة من المعايير والأحكام والتفضيلات الفطرية أو المكتسبة، تتشكل لدى الفرد والمجتمع على أسس عقدية أو اجتماعية أو ثقافية تحدد العلاقات والسلوكيات والتوجهات بين الدولة والأفراد والجماعات في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فتجعلهم يدركون ما لهم من حقوق وما عليهم من واجبات من أجل الحفاظ على البناء الاجتماعي وتحقيق السلام والرفاهية (بن جدو، 2016، ص. 194-195)

إنها إذا المعتقدات التي تحدد سلوك الفرد نحو الدولة التي يعيش فيها، وقيم المواطنة تتمثل في الانتماء والولاء للوطن، وجل المعتقدات والسلوكيات المتضمنة في أداء الواجبات الحقوق، المشاركة الاجتماعية والقيم العامة. وقد ساهمت العديد من الدراسات في تحديد قيم المواطنة، يتم عرض نماذج منها: (إبراهيم وآخرون، 2005، ص 53).

❖ **الانتماء للوطن:** ويشمل هذا العنصر مجموعة من القيم كحب الوطن والاعتزاز به

واحترام رموز السيادة

❖ **الحقوق:** وهي ما تقدمه الدولة من رعاية وخدمات للوطن والمواطنين، كالحق في

التعليم والرعاية الصحية والعمل والمساواة وحرية التعبير أو الرأي والحق في

الانتخاب.

❖ **الواجبات:** وهي ما يقدمه المواطن أو الشاب للدولة أو الوطن والمجتمع، كواجب

التحلي بالمسؤولية واحترام القانون والحفاظ على الممتلكات والبيئة والمحافظة على

القيم الاجتماعية، والتحلي بالسلوكيات الفاضلة التعاون والتسامح والتضامن والطاعة

والتعايش مع الآخرين، وتقدير قيمة الوقت واحترام العمل والحفاظ على الوحدة

الوطنية.

## الفصل الثالث: قيم المواطنة

❖ القيم البيئية والمشاركة المجتمعية: يسعى من خلالها المواطن للحفاظ على المحيط الذي يعيش فيه، وتشمل كل التصرفات التي من شأنها الحفاظ على البيئة كالمشاركة في عملية التشجير ونظافة المحيط وعدم تبذير الموارد .

### 2- أبعاد المواطنة:

لمفهوم المواطنة عدة أبعاد تختلف من زاوية طرحها، والمتمثلة فيما يلي:

- ❖ **البعد المعرفي والثقافي:** يحتاج المواطن إلى العلم والمعرفة كوسيلة يستخدمها لبناء مهاراته وكفاءاته التي يحتاجها، كما أن التربية الوطنية تنطلق من ثقافة الناس مع الأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات النفسية الاجتماعية والثقافية للمجتمع
- ❖ **البعد المهاري:** ويقصد بالمهارات مثل التفكير الناقد والتحليل وحل المشكلات وغيرها، فالفرد الذي يتمتع بالمهارات السالفة الذكر فإنه يتمكن من تمييز الأمور ويكون تفكيره أكثر عقلانية ومنطقية وبالتالي تنعكس على سلوكياته في الحياة الاجتماعية اليومية.
- ❖ **بعد الانتماء والولاء:** ويقصد به غرس مشاعر ووجدان انتماء الأفراد لوطنهم ولثقافتهم ولمجتمعهم، ويعرف الانتماء بأنه: "الترعة التي تدفع الفرد للدخول في إطار اجتماعي فكري معين بما يقتضيه هذا من التزام بمعايير وقواعد هذا الإطار وبنصرته والدفاع عنه في مقابل غيره من الأطر الاجتماعية والفكرية الأخرى.
- ❖ **البعد السياسي والقانوني:** حيث تتحدد المواطنة كمجموعة من القواعد والمعايير التنظيمية والسلوكية والعلائقية داخل المجتمع، التمتع بحقوق المواطنة الكاملة، كالحق في المشاركة والتدبير واتخاذ القرارات وتحمل المسؤوليات، القيام بواجبات المواطنة الحق في حرية التعبير، الحق في المساواة وتكافؤ الفرص.
- ❖ **البعد الفلسفي والقيمي:** مادامت المواطنة هي إنتاج ثقافي وإنساني أي ليست إنتاجا طبيعيا) فهي تنطلق من مرجعية فلسفية وقيمية تمنح دلالاتها من مفاهيم الحرية العدل، الحق، الخير، والمصير.
- ❖ **البعد الاجتماعي:** وهو كون المواطنة تصبح كمحدد المنظومة السلوكيات والعلاقات والقيم الاجتماعية، وتصبح المواطنة كمرجعية معيارية وقيمية اجتماعية، وكنقطة ونظام اجتماعي (ميهوبي وبوطبال، 2012م، ص 74)

### 3- أهداف المواطنة:

تهدف قيم المواطنة إلى :

- توفير الاستقرار والرفاهية لأفراد المجتمع من خلال تحقيق الأمن الوطني والاجتماعي هم الأمر الذي يوفر لهم الطمأنينة على أنفسهم وذويهم على اعتبار أن الأمن الوطني والاجتماعي لا يتحقق ما لم يؤمن الفرد على نفسه وروحه وماله.
- إكساب المتعلم سمات المواطنة الفاعلة حتى يتمكن من المشاركة والإسهام الجاد في خدمة المحلي أمنه الإسلامية ووطنه الإنساني العربي مع ولائه للإسلام.
- تعزيز مفهوم الانتماء الصادق للوطن لدى المتعلم بما لا يتناقض وانتسابه للأمة المسلمة.
- توعية المتعلم بطبيعة علاقته مع الآخرين من حوله وتدريبه على الوفاء بمتطلباتها في ضوء مبادئ الإسلام وقيمه النبيلة.
- تبصير المتعلم بحقوقه وواجباته تجاه وطنه الصغير بصورة خاصة ووطنه العالمي الكبير بصورة عامة.
- إكساب الأفراد المعرفة المدنية من خلال التعلم عن مبادئ الديمقراطية وحقوق الإنسان والدستور والمؤسسات السياسية والاجتماعية والتنوع الثقافي والتاريخي (مكاوي، مرجع سابق، ص 75).
- تنمية القيم والاتجاهات التي يحتاجها الفرد ليكون مسئولاً وصالحاً وتتم من خلال إكساب الفرد احترام الذات واحترام الآخرين والمساواة والكرامة والمشاركة المؤولة
- تنمية المهارات الهادفة للمشاركة المجتمعية الفعالة ويتم ذلك من خلال مهارات الاتصال وتبادل المعلومات والأفكار والحوار والتفكير الناقد والتطوع والعمل مع الآخرين والتعلم الذاتي وحل المشكلات.
- تهدف إلى تحقيق انتماء المواطن وولائه لموطنه وتفاعله ايجابيا مع مواطنيه بفعل القدرة على المشاركة العملية والشعور بالإنصاف وارتقاع الروح الوطنية لديه.

### 4- خصائص وقيم المواطنة:

#### - خصائص المواطنة:

- 1- المواطنة عدل وإخاء: حيث تؤسس المواطنة لمفهوم الحقوق والواجبات وفق مبدأ الارتباط بوحدة الانتماء واللغة والمشاعر والمشاركة القائمة على العدل والمساواة في إطار سيادة القانون، فنجد المواطنة الأهم أن يكون للمرء حقوق وواجبات سياسية واجتماعية واقتصادية تستند إلى المؤاخاة والعدل والقدرة والكفاءة والتوازن .
- 2- المواطنة حرية: تتأسس المواطنة على مفهوم الحرية الواعية والأخلاقية الملزمة بقوانين متمدنة يمارسها أبناء الوطن بشكل ديمقراطي منتظم يعي كل التحولات السياسية والفكرية والاجتماعية. (العيانوي، 2014م، ص 250-249).
- 3- المواطنة قيمة إنسانية راقية: حيث تمثل المواطنة قيمة أخلاقية وإنسانية راقية ومن ثم فهي انتماء عقلي موضوعي أصيل لقيم الحق والخير إذا لم تعد المواطنة في هذه المضامين الأخلاقية مجرد دلالة تعبر عن قوانين وحدود تستجيب للولادة والنشأة.
- 4- المواطنة نتاج لتطور الدولة: تصبح المواطنة بتضمنها لبعض المضامين الثقافية والاجتماعية والتاريخية نتاجا للحالة التطور الاجتماعي التي بلغها المجتمع وترتبطا على ذلك يرتبط ظهور الدولة والمواطنة بمفهومها الحديث بتطور الدولة القومية بشكل كبير.
- 5- المواطنة حوار موضوعي: يصعب أن تتحقق المواطنة دون الحوار الموضوعي والمسؤول بين أبناء الوطن الواحد استنادا إلى الاحترام المتبادل للوصول إلى قبول الآخر وعلى ذلك فإن المواطنة لا تتبين على إقصاء الآخر ولا القاءه بل تحترمه وتبادله الراي.

#### - قيم المواطنة:

- المساواة: تعد قيمة المساواة بين الناس من القيم الأساسية التي أكدتها كافة الأديان السماوية، وكان آخرها الإسلام، فقد نادي الإسلام منذ ظهوره بالمساواة بين الناس في المعاملات دون تفرقة أو تمييز بينهم على أساس العرق أو الجنس أو اللون كما برز ذلك أيضا في كافة المواثيق الدولية المقررة لحقوق الإنسان، فهذه القيمة تمثل جوهر

## الفصل الثالث: قيم المواطنة

الديمقراطية الصحيحة، كما أن مبدأ المساواة كأصل عام يتفرع عنها مجالات عديدة نذكر منها ما يلي: المساواة أمام القانون، المساواة أمام المرافق العامة كالأمن والتعليم والصحة والكهرباء، المساواة أمام المنافع الاجتماعية بمعنى التمتع بالحقوق وعدم التفاوت فيها المساواة في تولي الوظائف العامة.

– **العدل:** تعد قيمة العدل قيمة سامية دعت إليها جميع الأديان السماوية، فالعدل يعني القسط والموازنة والإنصاف، وإيصال كل حق إلى مستحقه كما أن قيمة العدل مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بقيمة المساواة، فلا تتحقق المساواة إلا بتحقيق العدل، ليكون الجميع أمام القانون سواء، فكلما اتسع نطاق تطبيقه، عم الخير والأمن والاستقرار، وكلما انتشرت العدالة الاجتماعية زاد انتماء الناس لوطنهم وحبهم له وإخلاصهم وتفانيهم في سبيل رفعتهم وحمايتهم والتضحية من أجله في جميع الظروف والأوقات (القحطاني، 2010م، ص 82)

– **قيمة الحرية:** والتي تتعكس في العديد من الحقوق مثل حرية الاعتقاد وممارسة الشعائر الدينية، وحرية التنقل داخل الوطن، وحرية التعبير، وحرية تأييد أو الاحتجاج على قضية أو موقف أو سياسة ما، وحرية المشاركة في المؤتمرات واللقاءات ذات الطابع الاجتماعي والسياسي. الانتماء: وهو شعور داخلي يجعل المواطن يعمل بحماس وإخلاص للارتقاء بوطنه والدفاع عنه، والحرص على سلامته، وهذا الانتماء لا يتعرض مع الانتماء للأسرة والدين بل تنسجم هذه الانتماءات مع بعضهم بعضاً.

– **قيمة المشاركة:** والتي تتضمن العديد من الحقوق مثل حق المشاركة في كافة مناشط المجتمع، والمشاركة في أحداثه (صوالح، 2015م، ص 40). وتأتي المشاركة من خلال إقرار مبدأ الحقوق الواجبات، عبر الأنشطة السياسية والاجتماعية، مثل النشاط الانتخابي والمشاركة في القضايا الاجتماعية، والسياسية عن طريق عقد الحوارات الوطنية، وإبداء الرأي بكل حرية وثقة. (بن جامد، مرجع سابق، ص 24).

### 5- المواطنة في العصر الرقمي:

في العصر الحالي ظهر من خلال ما أصبح يعرف بالمواطنة الافتراضية حيث أن هذا المصطلح ولد أثناء محاولة البحث عن سياسات ناجحة وناجعة ووقائية تحفيزية، ضد لأخطار التكنولوجيا والثورة الرقمية الجديدة، ذلك أن كثيرا من قيم المجتمعات وأنماط حياة أفرادها قد باتت في حكم الخطر الشديد نتيجة تغلغل آليات الثورة الرقمية في أوصال المجتمعات فأخذت هذه الأخيرة تدابير وقائية من أجل حماية ما يسمى ب "الخصوصيات المجتمعية" والتي تكون حمايتها حفظا لكثير من أساسيات هذه المجتمعات، ذلك أن القيم التي كانت تنطوي تحت مصطلح المواطنة في شكلها التقليدي مثل حب الوطن والإحساس بالانتماء إليه والشعور بالروح الوطنية بين أفرادها.

قد بدأت هذه الثورة الرقمية تقوض فيها بعض الشيء، لأن الجيل الجديد من الشباب والمراهقين قد انزوا في أركان بيوتهم وثنايا حجراتهم يتفاعلون مع المحيط الخارجي من الداخل)، فلم يصبح هذا الجيل مكتنزا بالانفتاح على محيطه خارج بيته مادامت أخبار الخارج تصله وهو في الداخل، فلم تعد تستهويه التجمعات في الشوارع والساحات والأفكار المتداولة فيها مادامت كل تلك الأخبار والحوادث والأحداث تأتيه سيلا متدفقا إلى المكان الذي ينزوي به في الحجرة أو البيت فأصبحت بذلك المواطنة "اللكترونية" والشعور بحب الوطن "رقمي" والتعبير عن الولاء إلى المجموعة "إعجابات وتعليقات" والدفاع عن حمى الدولة ومصالح الوطن بالتنديد الإلكتروني والنشر عبر الفضاءات التفاعلية . " (حدور،

مرجع سابق، ص 703).

والمواطنة الافتراضية " المواطنة الافتراضية تتجلى في ممارسة لحقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي، وهي تتزوج بين المواطنة المقننة والمواطنة الحرة"، وعليه نقصد بالمواطنة الافتراضية بالممارسات التي يمارسها الشباب على مواقع الميديا الاجتماعية مثل الاهتمام بالقضايا الوطنية والاجتماعية وكتابة منشورات تساهم في توعية المستخدمين بأهمية استقرار

## الفصل الثالث: قيم المواطنة

وأمن المجتمع والحث على محافظة على هذا المكتسب والدفاع عن الوطن والاعتزاز والافتخار به.

ذلك أنه عندما تغلغت الثورة الرقمية الجديدة في أوصال العالم وتلونت أغلب مناحي الحياة الحديثة بلونها، طال التحول العديد من المفاهيم والمصطلحات التي كانت تصنف سابقا في خانة "التقليدية" كمفهوم "الديمقراطية" و"المواطنة" و"المواطن"، حيث أخذت بعض ألوان التكنولوجيا وطفرة الاتصالات الحديثة فبرزت توصيفات جديدة كالديمقراطية الرقمية والمواطنة الالكترونية والمواطن الرقمي العالمي، ومن تسارع الحياة السياسية الراهنة تطورت مفاهيم أخرى لارتباطها بالثورة الرقمية مثل مفاهيم الديمقراطية المحلية الالكترونية والمواطنة الرقمية وغيرها ( جيدور ، مرجع سابق، ص 705 ) .

ويبرز دور مواقع التواصل الاجتماعي في مجال المواطنة بأنه يمكن من خلالها إعداد المواطنين للاشتراك بفعالية في المجتمع الديمقراطي، وغرس الغيرة على الوطن وتنمية تراثه والدفاع عن الحرية الفردية والجماعية فيه، وتمتع الأفراد أو المواطنين فيه بالحقوق وتحملهم للمسؤولية اتجاه ما يقره من الواجبات.

كما أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل مصدرا من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، وتعد منافسة لوسائل الإعلام التقليدية في ذلك، ولكن هذه المعلومات بعضها إيجابي بما يساعد على تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام والعمل على تعزيز الروح الوطنية والولاء لدى مستخدميها، كما تجدر الإشارة الى أن بعضها الآخر سلبي، بما يحاول التشكيك في قيم المواطنة وإثارة القلاقل والظنون في نفس المواطن (صفرار، 2017، ص 51).

ولابد أن نذكر هنا بأنه قد أصبح شائعا تبادل تفاصيل حياة إنسان بطريقة لم تكن ممكنة قبل عقد من الزمن، بالإضافة إلى إتاحتها المساحة التعبيرية المناسبة لتوجهات الإنسان ورغباته وتطلعاته ومعاناته، لابل أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعي لها تأثير كبير على المعتقدات حول الحريات المدنية، والترويج الذاتي، كذلك تشجع وسائل الإعلام الاجتماعية

## الفصل الثالث: قيم المواطنة

الأفراد لتبادل الأفكار، وتسليط الضوء على قيمة التعبير عن الآراء إضافة إلى الدفاع عن الثوابت الوطنية والتعبير عن حب الوطن والاعتزاز به. واليوم بعد أن أضحت شبكات التواصل الاجتماعي هي الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما وانتشارا، ولجميع فئات المجتمع، لاسيما الشباب منهم وطلبة الجامعات، فإنه مما لا شك فيه سيكون لها تأثير كبير في ترسيخ قيم المواطنة أو زعزعتها في نفوس أولئك الشباب أو أفراد المجتمع عموما. (صفرار، مرجع سابق، ص50).

### خلاصة الفصل :

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل يمكن القول إن المواطنة تعتبر من القضايا القديمة الجديدة والتي فرضت ولازالت تفرض نفسها بقوة عند الحديث عن الرابطة الاجتماعية والسياسية والقانونية التي تربط علاقة الفرد بدولته ومجتمعه والتي من خلالها تتحقق أبعاد التنمية على مختلف الأصعدة وتتجسد مطالب الشعب، والملاحظ أن مختلف الكتابات عن المواطنة تعتبر هذه الأخيرة سلوكا يكتسبه الفرد كغيره من السلوك والقيم ولذلك نجد مطالبة باستمرار الانشغال بالبحث في طرق نشرها وترسيخها عبر مختلف الوسائل والجميع فئات المجتمع.

الإطار التطبيقي للدراسة

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

### الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

#### عرض خصائص العينة:

تمثلت عينة الدراسة في عينة قصدية من مجموعة صرخة ضد الجدار وكانت كالتالي:

- إبراهيم شكاف رئيس المجموعة
- عالين بلاهي مكلف بالإعلام والاتصال
- فاطمة براهيم مكلف بالعلاقات الخارجية
- السالكة محمد مكلفة بالتحسيس والتوجيه

#### أسئلة الدراسة:

- ما نوع البرامج الثقافية التي تنظمها مؤسستكم؟
- هل تعتقد أن هذه البرامج تركز ثقافة المواطنة لدى اللاجئ الصحراوي؟
- كيف تنظر للبرامج المقدمة هل هي كافية لتواصل مع البلد الأم؟
- هل ترى أن هذه البرامج يمكن أن تجذب عدد كبيراً من الجماهير؟
- ما نوع البرامج التي تركزون عليها أكثر؟
- ماهي الاستعدادات التي تسبق التحضير للبرامج؟
- هل لكم اتصال بالهيئات والمؤسسات الأخرى؟
- هل هناك عضو توكل إليه مهمة التنسيق بين الأطراف؟
- هل تملكون مكلف بالاتصال تسند له هذه المهمة؟
- ما المشاريع المستقبلية التي تريدون القيام بها؟
- هل تملكون رؤية في تحسين البرامج المساعدة على تكريس ثقافة المواطنة؟
- ما الفئات العمرية التي تهتمون بها أكثر "أطفال الشباب الكهول"؟
- هل لديكم برامج مقدمة على أساس فئة الجنس "رجال نساء"؟

#### إجابات الباحثين:

ج ١: كانت إجابات الباحثين من أفراد العينة على أن هذه البرامج تتلخص في:

(فقرات غنائية، قصائد شعرية ثورية) من خلال الإجابة يتضح أن الهدف الرئيسي من هذه البرامج هي:

أولاً: التعريف بالتراث المادي الذي تحتويه الدولة الصحراوية.

ثانياً: شحذ الهمم لدى الأفراد من خلال قصائد ثورية حماسية لأجل نصره القضية.

ج ٢: كانت بتأكيد الباحثين على أن البرامج الموجهة للاجئين يتم فيها استدعاء جميع الفئات العمرية بمختلف مكوناتها. نلاحظ من خلال الإجابة ان القائمين على هذه البرامج يسعون إلى

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

زيادة اللحمة الاجتماعية بين مختلف مكونات المجتمع الصحراوي لأن هذا التواصل من شأنه المحافظة على جملة القيم الاجتماعية المملوكة.

ج٣: كانت بتأكيد أن هذه البرامج الثقافية المقدمة كفيلة بربط التواصل الدائم مع البلد الأم نلاحظ من خلال الإجابة التركيز على البعد الثقافي في المحافظة على الهوية الصحراوية وهذا يتضح من خلال التركيز على البرامج الثقافية.

ج٤: اعتبر الباحثين أن البرامج من شأنها جلب عدد كبير من الأشخاص نلاحظ أن القائمين على إعداد هذه البرامج يقومون برسم السياسة المدروسة لاستخدام أساليب الإقناع والتأثير.

ج٥: يتم التركيز على البرامج التي تعتمد على القيام برحلات دورية منظمة الى جدار النذل والعار وكذلك إعداد فيديوهات قصيرة حول الجدار المستهدف.

نلاحظ أن القائمين يستخدمون البرامج الاتصالية المباشرة المعتمدة كألية اتصالية فعالة في العلاقات العامة. حيث تقوم بالتعريف العيني للجماهير وإشراكهم المباشر في عملية التواصل.

ج٦: يعتمد أعضاء المجموعة على برامج تحضيرية قبل بدء اي نشاط للتواصل مع الجماهير قصد معرفة اقتراحات أعضاء المجموعة بخصوص الطرق التي تساعد في ترسيخ قيم المواطنة والارتباط بالأرض.

ج٧: أكد رئيس المجموعة أن الهيئة تعتمد على هيئات الدولة ومختلف فاعلية المجتمع المدني الناشطة في مختلف المجالات قصد زيادة الأنشطة الموجهة للجماهير.

ج٨: تعتمد المجموعة على ناطق رسمي يمثلها في مختلف التظاهرات المقامة كما يسهر على عملية التنسيق والاتصال بين مختلف مكونات المجموعة.

ج٩: اكدا رئيس المجموعة ان مسؤول الاتصال لديه قسم خاص للعمل داخل المجموعة ويستقل مختلف قنوات الاتصال التقليدية وغير التقليدية.

ج١٠: تأسف المكلف بالمجموعة عن عدم وجود مشاريع مستقبلية يتم العمل عليها وحسب وجهة نظره فإن هذه المجموعة غير قادرة على إكمال نشاطاتها نظرا للضغوطات والصعوبات التي تعانيها من قبل المحتل المغربي.

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

ج ١١: المجموعة الآن في حالة ركود للقيام بمختلف الفعاليات والأنشطة الاتصالية الموجهة للجماهير والسبب راجع إلى ما تم ذكره من قبل في الجواب رقم 10 بالإضافة إلى أن المجموعة تمتلك ارادة قوية في دفع العمل الجمعي والقيام به على أحسن وجه.

ج ١٢: تعتمد المجموعة على البرامج الموجهة للناشئين بين قوسين أطفال وشباب لزيادة ربطهم بالوطن الم وتعريفه بمعانات الأسلاف وإرشادهم للطرق التي يمكن من خلالها التخلص من الاحتلال.

ج ١٣: أكد المكلف بالمجموعة أن هناك أنشطة خاصة بالنساء واخري بالرجال كما يمكن القيام ببرامج موجهه للفئتين ويبقى ذلك خاضع لنوع وهدف البرنامج المراد القيام به.

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

### نتائج الدراسة:

1- الدور الفعال الذي يلعبه الاتصال الجماهيري في ترسيخ قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين

2- ارتفاع مستوى قيمة المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين

3- اظهرت الدراسة أن هناك معوقات تحد من ممارسة المواطنة لدى اللاجئين

الصحراويين وهي:

✓ انتشار الوساطة والعلاقات الشخصية

✓ المخططات المغربية لتفتيت اللحمة الصحراوية داخل المخيمات

4- تبين من خلال الدراسة أن هناك مقومات لتفعيل ممارسة المواطنة لدى اللاجئين

الصحراويين على أرض الواقع منها - :مواجهة الاحتلال المغربي وتحقيق السيادة

الوطنية -تأمين سبل العيش الكريم من استقرار وامن بالإضافة إلى التعليم المجاني والصحة كذلك .

5- هناك تقارب (عدم وجود فروق) في مستوى قيم المواطنة لدى اللاجئين الصحراويين

باختلافهم في العمر والمشاركة في البرامج الوطنية.

### توصيات واقتراحات:

بناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج خيال قياس مستوى قيم المواطنة لدى اللاجئين

الصحراويين وارتباط ذلك بالعديد من المعوقات التي تحد من تفعيل ممارسة هذه القيم على

أرض الواقع، فإننا نوصي بما يلي:

1- اعتماد معايير الموضوعية والحياد والشفافية عند اختيار المسؤولين القائمين على

تطبيق الأنظمة والتعليمات التي تمس احتياجات المواطن والتعامل مع الجميع على

قدم المساوات لما يخدم المصلحة العامة للوطن والمواطن

2- حث المؤسسات التعليمية سواء في التعليم العام او الجامعي على الاهتمام بمكانة

الوطن

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

3- التأهيل النوعي لمنسوبي الأجهزة الأمنية في جميع المجالات ومنها حسن التعامل وتسهيل الإجراءات مع رجل الامن الأول وهو المواطن ففي ذلك تشجيع لهم على ممارسة قيم المواطنة الصالحة دون معوقات او استثناءات

اما المقترحات المقدمة حيال اجراء دراسات مستقبلية مرتبطة بهذه الدراسة نرى ما يلي:

1- اجراء دراسة عن الاليات المرحلية التي أسهمت في تفعيل ممارسة قيم المواطنة

لدى اللاجئين الصحراويين

2- دراسة الثقافة السائدة في المجتمع الصحراوي حيال أسباب العجز عن التصدي

بفاعلية وحزم لمعوقات ممارسة قيم المواطنة على ارض الواقع

3- مدى توفر العلم والمعرفة لدى الافراد بحقوقهم وواجباتهم تجاه مجتمعهم ووضعهم.

### الخاتمة

تمثل وسائل الاتصال الجماهيري اهم منبر ومصدر في بناء الأفكار والمعارف والحصول على المعلومات والتعبير عن آراء المواطن، فوسائل الإعلام الحديثة في ضوء حرية تدفق المعلومات وعصر السماوات المفتوحة، باتت من اهم وأبرز الأدوات لانتقال الثقافات وتبادل الخبرات بين المواطنين في مختلف الدول وبشتى أنحاء العالم.

اذ يمكن للفرد الحصول على المعلومات والأخبار في كل وقت وبأقل تكلفة ودون عناء أو جهد، كما أصبح بإمكان أي فرد متابعة أحداث العالم والمشاركة فيها عبر شتى أنواع وسائل الاعلام الحديثة فيتأثر بها ويبدى رأيه ويعبر عن وجهات نظره رغم حواجز الزمان والمكان، خاصة وان وسائل الإعلام ذات ادوار متعددة فهي تقوم بوظيفة تثقيفية وتوجيهية، ترفيهية، كما تقوم بنشر الوعي ودعم المعايير الاجتماعية المتعلقة بترسيخ وغرس قيم المواطنة، كما تدعم القيم السائدة، وهي تعمد لخلق التواصل الاجتماعي ودعم الوحدة الوطنية والانتماء. فالإعلام الهادف في مضمونه يسعى إلى الالتزام بقيم المواطنة بهدف الحفاظ على كيان المجتمع وتعريف المواطن بحقوقه وواجباته تجاه وطنه ومجتمعه، وكذا ترسيخ مفاهيم التعايش مع الاخرين واحترامهم والتسامح معهم، وتنمية الوعي الفردي، والولاء للوطن، وحقن التعصب والطائفية او السلبية.

## قائمة المراجع

- 1- عبيدات ذوقان واخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، ط1، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الاردن، 2001
- 2- خليل أبو إصبع، الاتصال الجماهيري، دار الشروق، بيروت، 1999
- 3- أبو جادو وصاحل محمد، سيكولوجيا التنشئة الاجتماعية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 1998
- 4- ولديب سيدي محمد، الدولة واشكاليات المواطنة -قراءة في مفهوم المواطنة العربية -، ط1، دار كنوز المعرفة، الاردن، 2012
- 5- رحيمة الطيب عيساني، مدخل الى الاعلام والاتصال-المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الاردن، 2002
- 6- عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط6، دار اثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2009
- 7- عبد الله الطويصري، علم الاتصال المعاصر، مكتبة الهيكل، الرياض، 1997
- 8- فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، سيرتا كوبي، قسنطينة، الجزائر، 2006
- 9- محمد أحمد عوض، الادارة الاستراتيجية -الاصول والاسس العلمية، الدار الجامعية، مصر، 2000
- 10- مصطفى حجازي، الاتصال في العلاقات الانسانية والادارة، ط1، دار الطليعة، بيروت، 1982
- 11- اسماعيل علي سعد، الاتصال والرأي العام مبحث في القوة والأيدولوجية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1979
- 12- عاطف عبيد، نظريات الاعلام والرأي العام، ط1، ج1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002
- 13- على قسايسية، جمهور وسائل الاتصال ومستخدميها من المنقرجين الى المبحرين الى الافتراضيين، ط1، دار الورسم، الجزائر، 2011

- 14- نضال فلاح الضلاعين واخرون، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، ط1، دار  
الاعصار العلمي، عمان، 2016
- 15- عبد الرحمن عزي، علم الاجتماع الاعلامي، معهد علوم الاعلام والاتصال،  
الجزائر، 1992
- 16- بدوي أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، (د.ط)، مكتبة لبنان للنشر  
والتوزيع، القاهرة، 1977
- 17- الكواري علي خليفة، المواطنة والديمقراطية في البلدان العربية، ط1، مشروعات دراسات  
الديمقراطية في البلدان العربية، بيروت، 2001
- 18- مجموعة من العلماء والباحثين، الموسوعة العربية العالمية، ط1، مؤسسة اعمال  
الموسوعة للنشر والتوزيع، الرياض، 1996
- 19- طارق عبدالرؤوف عامر، المواطنة والتربية الوطنية (اتجاهات عالمية و عربية)، د.ط،  
مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012
- 20- بوزيان راضية رابح، التربية والمواطنة الواقع والمشكلات، مركز الكتاب الأكاديمي،  
الجزائر، 2015
- 21- جمال معتوق عبد الرحمن بن جدو، دور مناهج التربية المدنية بمرحلة التعليم الابتدائي  
في التربية على المواطنة، مركز جيل البحث العلمي، ال عدد2، 2016
- 22- ابراهيم علي سعيد المساري واخرون، دور المدرسة الاساسية في تنمية قيم المواطنة لدى  
التلاميذ، د.ط، مركز البحوث والتطوير التربوي، عدن، 2005
- 23- مكاوي عبد الغفار، جذور الاستبداد -قراءة في أدب قديم، ط2، المجلس الوطني للثقافة  
والفنون والأدب، الكويت، 1994
- 24- الغامدي ماجد بن جعفر، الاعلام والقيم، ط1، مؤسسة خلوq للنشر والتوزيع،  
الرياض، 2009
- 25- قدور وحيد، الاتصال العلمي والوصول الحر للمعلومات العلمية الباحثون والمكتبات  
الجامعية العربية، ط1، المنظمة العربية للترفيه والثقافة، تونس، 2002

- 26- جيدور حاج بشير، أثر الثورة الرقمية والاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الجديدة لمفهوم المواطنة، دفاثر السياسة والقانون، العدد 15، 2016  
المذكرات الجامعية والمحاضرات
- 27- صوالح روبا، قيم المواطنة في مناهج المواد الاجتماعية للمرحلة الابتدائية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، تخصص علم النفس التربوي، قسم علم النفس، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، 2015
- 28- عطية بن حامد بن ذياب المالكي، دور تدريس مادة التربية الوطنية في تنمية قيم المواطنة لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية، دراسة من وجهة نظر معلمي التربية البدنية بمحافظة الليث، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، تخصص المناهج وطرق التدريس، كلية التربية، جامعة ام القرى، مكة المكرمة، 2008
- 29- القاري سميحة بنت عبد الله عباس، توظيف التقنية في الارتقاء بالمواطنة، دراسة مقدمة في اللقاء -الثالث عشر لقادة العملي التربوي، السعودية، 2005
- 30- عبد الله سعيد محمد القحطاني، قيم المواطنة لدى الشباب واسهامها في تعزيز الأمن الوقائي، اطروحة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه الفلسفة في العلوم الامنية، تخصص العلوم الشرطية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية، الرياض، 2010
- 31- صفرار عبد الله بن محمد بن خيت، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني، رسالة الماجستير في تخصص الاعلام، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017\_ المقالات العلمية المحكمة والمؤتمرات والملتقيات الدولية والوطنية
- 32- عبد الكريم قاسم، المواطنة ومشكلة الدولة في الفكر الاسلامي، ملتقى المرأة للدراسات والتدريب، اليمن، 2008 \_ الجرائد والمجلات
- 33- عثمان بن صالح عامر، المواطنة في الفكر الغربي المعاصر، دراسة نقدية من منظور اسلامي، مجلة جامعة دمشق، قسم الدراسات الاسلامية، كلية المعلمين، المجلد 19، العدد 01، 2003

- 34- العيدي صونيا، المجتمع المدني والمواطنة والديمقراطية -جدلية المفهوم والممارسة، مجلة كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد، 2-3، بسكرة، 2008
- 35- منى مكرم عبيد، مفاهيم الاسس العلمية للمعرفة، مجلة المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، السنة الثانية، العدد، 15، 2006
- 36- الكواري علي خليفة، مفهوم المواطنة في الدولة الديمقراطية، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ال عدد264، السنة، 23، بيروت، 2001
- 37- ميهوبي فوزي سعد الدين بوطبال، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المواطنة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 14، الجزائر، 2012
- 38- ياسين محمد حمد العيثاوي، المواطنة في ظل العولمة، مجلة قضايا سياسية، جامعة النهرين، كلية العلوم السياسية، المجلد 35، العدد، 15، 2014

وثيقة إيداع المذكرة



Faculty of Humanities and Social Sciences  
The Deanship of the College for Studies and  
Student Status

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
تلبية العادة للدراسات والسلك المرتبطة بالثقة

وثيقة إيداع مذكرة ماستر

الموضوع: الإتصال الجماهيري ودوره في ترشيح

قيم المواطنة لدى اللاجئيين الجزائريين

إعداد الطلبة:

1- عبد الله الشيخ رقم التسجيل: 1738059450

2- صلاح بن بشرحما رقم التسجيل: 181835083977

القسم: علوم الإعلام والاتصال الشعبية: التخصص: إفعال وعلامات عامة

إشراف: بالعباس عبد الحميد الرتبة: دكتور محاضر (أ)

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2022-2023 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقديم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الاستاذة (ة) المشرفة(ة):



بالحسن  
عوانيس

Web site:  
Face book:  
Tik Tok:

http://virtuel.univ-mila.dz/facshs/  
https://www.facebook.com/FacshsUnivMila/  
+213 35 35 3044

البريد الإلكتروني:  
التصنيف:  
مكتبه علمي:

## تصريح شرفي

 <p>الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية People's Democratic Republic of Algeria وزارة التعليم العالي والبحث العلمي Ministry of Higher Education and Scientific Research جامعة محمد بوضياف بالمسيلة University Mohamed Boudiaf of M'sila Faculty of Humanities and Social Sciences Vice-Dean's Office of the Faculty of Humanities and Social Sciences Student Office</p>	 <p>كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية الرقم: 20237</p>
---	---

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإجازة بحث

أنا المعنى (5) اثناء :

السيد(ة): سعيدة المم الشيخ

الصفة(طالب، أمثلا باحث، باحث دائم): طالب

الحامل له بطاقة التعريف الوطنية رقم: 59423914

الصادرة بتاريخ: 19/09/2018 عن دائرة: بئر انزوران

المسجل(ة) بكتبة: العلوم الإنسانية قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الإصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 1738053450

والمكلف بإجازة أصل بحث(مترجمة التدرج منكونيشتر\* مترجمة ماجستير\* مترجمة الدكتوراه).

عنوانها: الإدخال الاجتماعي ودوره في توسيع قيم

المواطنة لدى الملاجئين المهاجرين

(دراسة ميدانية على مجموعة صرقة ضد الجوار)

أصرح بشرفي بلتني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في  
الإجازة البحث المذكور أعلاه

المسجلة في: 2023/06/06

أعضاء المعنى (5): [Signature]

المرجع: القرار الوزاري رقم: 533 المؤرخ في: 2016-07-28 المحدد لقواعد المتعلقة بالرفقة من طرفت العلمية ومكشفتها

## تصريح شرفي

  
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Bouafia of M'sila

  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
إدارة المادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالبحث  
الرقم: 2023/

  
Faculty of Humanities and Social Sciences  
The Faculty of the College for Studies and  
Research

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي (ة) أدناه :

السيد(ة) حلا بوشرف

المصنف(ة) طالب، باحث، باحث دائم، طالبة

الحامل لمطابقة التعريف الوطنية رقم: 11999103000530007

الصادرة بتاريخ: 2017-12-31 عن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المسجلة (بكلية) العلوم الإنسانية والاجتماعية

تخصص دراسات عامة تحت رقم التسجيل: 051834083977

والمطابق لإنجاز أعمال بحث (مخطرة الطرح لسانس، مخطرة ماستر، مخطرة ماجستير، مخطرة

دكتوراه) .

عنوانها: مذكرة ماستر وخواتمة البحث في المجال الاجتماعي والسياسي في الجزائر


في إطار المطابقة في مجيئة اللوائح الجزائرية

دراسة عامة .

أصرح بشرفي بانني اتزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

لاحتكاك ببيئة المخطوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2023/06/06

امضاء الممضي (ة): 

مراجع: القرار الوزاري رقم: 913 المؤرخ في: 28-07-2016 المعدل بقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومطابقتها.