جامعة المدية يحي فارس

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تمثلات العلاقات الأسرية في الإشهار التلفزيوني الجزائري

دراسة تحليلية سيميولوجية لومضتي "حليب لويا" و "سفاري فول سوداني" نموذجا

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص سمعي بصري

من اعداد الطلبة:

بن عودة محمد

عمري محمد رياض

تحت إشراف الأستاذة:

د/ إيمان عفان

السنة الدراسية

2022-2021

شكر و تقدير

بعد شكر الله سبحانه و تعالى على توفيقنا لإتمام هذا العمل نتوجه أيضا بالشكر الجزيل لأستاذتنا المحترمة "إيمان عفان" على مجهوداتها المبذولة و توجيهاتها الرشيدة طوال فترة البحث و الدراسة ،كما نخص أيضا بالشكر كامل طاقم كلية الإعلام و الاتصال لجامعة المدية

إهداء

الى التي منحتني الحياة و لا تزال تمنحني كل شيء العزيزة أمـــــي

الى الذي احمل اسمه بكل افتخار العزيز أبـــــي

الى التي من كانت دعواتها سر توفيقي جدتي الغالية

الى أغلى ما أهدتني الحياة أخوي العزيزين سمية و أيوب والى الكتكوتة رانيا إيثار

الى جميع أفراد العائلة الكريمة و الى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد

و لا أنسى رفقاء الدرب مايا كنزة اشراق عائشة حياة امال بشرى وليد بلال عبد الرزاق لقمان بلال سيد أحمد و كل الأصدقاء الذين عرفتهم في مسيرتي الدراسية

محمد رياض عمري

إهداء

اهدي هذا العمل المتواضع إلى رمز الحنان والإخلاص والتضحية ...الوالدين الكريمين

إلى كل من علمني النجاح والصبر في مواجهة الصعاب

كما اهديه إلى كل من ساهم في انجازه

ولا أنسى رفقاء الدرب عائشة حياة مايا إشراق كنزة أمال رميسة وليد بلال عبد الرزاق عادل سيد أحمد إبراهيم وكل أصدقاء مشواري الدراسي

محمد بن عودة

ملخص الدراسة :

تندرج دراستنا الموسومة ب "تمثلات العلاقات الأسرية في الإشهار التلفزيوني الجزائري دراسة تحليلية سيميولوجية لومضتي "حليب لويا" و"سفاري فول سوداني: نموذجا" ضمن الدراسات التحليلية السيميولوجية التي تحظى باهتمام كبير من طرف الباحثين ، وكان الإشكال المطروح في هذه الدراسة هو كيف تمثلت العلاقات الاسرية في الومضتين الاشهاريتين التلفزيونيتين "حليب لويا" و "سفاري فول سوداني" المبثتين عبر قناة الشروق الجزائرية ؟

اعتمدنا على منهج التحليل السيميولوجي لأنه الأنسب لمثل هذه الدراسات ومن بين المناهج التي تساعدنا على تحليل الومضات الاشهارية التلفزيونية ، بالأخص عندما نضع في الحسبان أن الصورة الاشهارية التلفزيونية هي من بين أكثر الصور التي تحمل الرموز والدلالات السيميولوجية ، وقد وظفنا مقاربة رولان بارث في تحليل الصور الاشهارية التلفزيونية كأداة للتحليل ، كما تم تقسيم الدراسة إلى إطارين منهجي وتطبيقي وفصول نظرية تمثلت في فصلين الأول متعلق بالأسرة والثاني خاص بالإشهار التلفزيوني

وتم التوصل إلى مجموعة من النتائج تتلخص في أن الومضات الاشهارية الجزائرية تحمل أبعاد عديدة تعبر عن وجود تمثلات أسرية و قيم بديلة وغريبة عن طبيعة المجتمع الجزائري الذي يزخر بالعادات والتقاليد الأصيلة، وتداول إيحاءات تدل على التأثر بالقيم الغربية الدخيلة ومحاولة الترويج لها وترسيخها في المجتمع.

خطة البحث:

مقدمة

الجانب المنهجي

إشكالية الدراسة

تساؤلات الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

تحديد مفاهيم الدراسة

منهج الدراسة

الدراسات السابقة

الجانب النظري:

الفصل الأول: الاسرة و العلاقات الاسرية

تمهيد

المبحث الاول : ماهية الاسرة

المطلب الاول : مفهوم الاسرة

المطلب الثاني : انواع الاسرة

المطلب الثالث : مقومات الاسرة

المبحث الثاني : وظائف الاسرة

المطلب الاول : الوظيفة البيولوجية والاقتصادية

المطلب الثاني : الوظيفة النفسية والاجتماعية

المطلب الثالث : الوظيفة الجسمية والخلقية

المبحث الثالث : المداخل النظرية لدراسة الاسرة

المطلب الاول : النظرية البنائية الوظيفية

المطلب الثاني : نظرية الصراع

المطلب الثالث : النظرية التفاعلية الرمزية

المبحث الرابع : العلاقات الاسرية

المطلب الاول : العلاقات بين الزوجين

المطلب الثاني : العلاقات بين الاباء والابناء

المطلب الثالث : العلاقات بين الاخوة المطلب الرابع : العلاقات الاسرية في الاسلام

خاتمة الفصل.

الفصل الثاني: الاشهار التلفزيوني

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الاشهار

المطلب الأول: تعريف الاشهار

المطلب الثاني: أنواع الاشهار

المطلب الثالث: أهداف و وظائف الاشهار

المبحث الثاني: الاشهار التلفزيوني واساليبه في جذب انتباه الجمهور

المطلب الأول: عناصر الاشهار التلفزيوني

المطلب الثاني: المقالب الفنية للإشهار التلفزيوني

المطلب الثالث: مراحل اعداد الاشهار التلفزيوني

المبحث الثالث: الأساليب الاقناعية في الاشهار التلفزيوني

المطلب الأول: طرق الاقناع في الاشهار التلفزيوني

المطلب الثاني: الأساليب الاقناعية المرتبطة بالشكل

المطلب الثالث: الأساليب الاقناعية المرتبطة بالموضوع

المبحث الرابع: سيميولوجيا الخطاب الاشهاري

المطلب الأول: تعريف السيميولوجيا

المطلب الثاني: خطوات تحليل الصورة

المطلب الثالث: ابرز مقاربات تحليل الاشهار

خاتمة الفصل .

الجانب التطبيقي:

الفصل الثالث: التحليل السيميولوجي للومضتين الإشهاريتين التلفزيونيتين "حليب لويا" و "سفاري فول سوداني" المبثتين عبر التلفزيون الجزائري، قناة الشروق

المبحث الاول: تحليل الومضة الاشهارية الاولى " منتوج حليب لويا "

المطلب الاول : التقطيع التقني للومضة الاشهارية الاولى

المطلب الثاني:تحليل الومضة حسب رولان بارث

المطلب الثالث:النتائج العامة لومضة منتج "حليب لويا"

المبحث الثاني:تحليل الومضة الاشهارية الثانية "منتوج الفول السوداني"

المطلب الاول: التقطيع التقني للومضة الاشهارية

المطلب الثاني:تحليل الومضة حسب رولان بارث

المطلب الثالث: النتائج العامة لومضة منتوج "سفاري فول سوداني"

النتائج العامة للدراسة

الخاتمة

مقدمة

مقدمة :

تحوز الصورة الاشهارية على مكانة كبيرة في مجال التسويق حيث أنها تساهم في جلب المتلقي ذهنيا و التأثير عليه شعوريا و لاشعوريا لدفعه لاقتناء و شراء منتوج ما أو استهلاك خدمة معينة باستخدام طرق اقناعية مختلفة في تصميمها حيث يدرس المنتجون جمهورهم المستهدف و يعملون على صنع ومضة تمكنهم من الوصول إلى هدفهم الذي هو بيع منتجاتهم ،لكن مع مرور الوقت أصبح المنتجون يمررون أفكارا و مضامين تحتوي على توجهات أيديولوجية تابعة لثقافات غربية و بعيدة عن المتجمعات العربية و الإسلامية .

وقد وجد المنتجون التلفزيون فضاء رحيبا لعرض رسائلهم لأن التلفزيون هو أكثر وسيلة إعلامية إقناعا لأنه يعتمد على الصورة و الصوت و الحركة و اعتمادا على هذه الخاصيات عرف المنتجون أن المتلقي ينجذب إلى ما تراه عينه من حركات و ديكور وأيضا إلى الموسيقى التي تلفت انتباهه و استغلوا هذه الأمور في تمرير إيديولوجياتهم و رسائلهم الخفية و لم يستهدفوا المشاهدين باعتبارهم أفراد فقط بل استهدفوه ككيان فقد أرادوا تغير فكر العائلات و المجتمعات فهناك الكثير من الاشهارات التي تحتوي على تمثلات لأفراد المجتمع أو أفراد الأسرة ،كما أن الإشهار التلفزيوني الجزائري لم يخلو من مثل هذه الأمور فقد رأينا الكثير من الاشهارات التي فيها تمثلات للأسرة و التي تحتوي على رسائل خفية تهدف إلى تغيير أيديولوجية العائلة الجزائرية خاصة في ما يتعلق بالعلاقات بين أفراد الأسرة حيث تهدف بعض الومضات إلى زرع عقليات غربية و التي لا تنتمي إلى مجتمعنا الجزائري هذا الموضوع الخطير الذي لم ينتبه له المشاهد الجزائري فقد تتمكن هذه الإعلانات من تغير سلوك المجتمع الجزائري و تجعله يقبل أفكارا لا تتناسب مع عاداتنا و تقاليدنا .

ومن هذه المنطلقات حاولنا في دراستنا كشف الرسائل الخفية التي يحاول الإشهار التلفزيوني في القنوات الجزائرية إيصالها للعائلات والكشف عن تمثلات العلاقات الأسرية

الموظفة في ثناياها، وذلك من خلال تقسيم دراستنا إلى أربعة فصول الفصل الأول الذي خصصناه للجانب المنهجي و الذي حددنا فيه إشكالية الدراسة و الأسئلة الفرعية التي تليها بالإضافة إلى أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهدافها ،منهج دراستها ،أداة جمع البيانات أيضا تحديد المفاهيم وصولا إلى الدراسات السابقة أما الفصل الثاني و الذي كان تحت عنوان الأسرة و العلاقات الأسرية سنتناول فيه ماهية الأسرة،وظائف الأسرة،المداخل النظرية لدراسة الأسرة و العلاقات الأسرية بالنسبة للفصل الثالث فقد حمل عنوان الإشهار و سيميولوجيا الصورة الاشهارية سنتحدث فيه عن ماهية الإشهار ، الإشهار التلفزيوني، الأساليب الاقناعية المستخدمة في الإشهار و سيميولوجيا الخطاب الاشهاري، و أخيرا يأتي الفصل الرابع وهو الفصل التطبيقي الذي سنطبق منهج التحليل السيميولوجي الذي سنختار فيه عينة من الاشهارات و نحللها تحليلا سيميولوجيا باستخدام مقاربة رولان بارت لنختم بعدها دراستنا بأهم النتائج المستخلصة .

الجانب المنهجي

- **الإشكالية:**

يعتبر التلفاز أحد أكثر وسائل الإعلام عرضا للإشهارات فلا تستغني أي قناة فضائية عن الإشهار مستخدمة عدة سيناريوهات و رسائل و رموز مخفية قد لا تتناسب مع القيم العربية و الإسلامية والتي يتبناها المنتجون عن قصد أو غير قصد من خلال استيرادها كأفكار من القنوات الأجنبية . و التلفزيون الجزائري بمختلف قنواته سواء العامة أو الخاصة لا يخلو من هذه الومضات الاشهارية التي قد تشكل في محتواها خطرا محدقا على الأسرة والعلاقات الأسرية بما تضمره من قيم بعيدة كل البعد عن طبيعة مجتمعنا وقيمه، وما قناة الشروق إلا واحدة من هذه القنوات التي تستخدم هذه الأساليب في اشهاراتها والتي في ظاهرها تبدو عادية إلا أنها تحمل شحنة من المعاني الخفية والتي لا يلاحظها المتلقي العادي، الأمر الذي جعلنا نحاول الغوص في أعماق هذه الومضات الاشهارية في محاولة للكشف عما تخفيه من رسائل مشفرة وسبيلنا إلى ذلك هو توظيف التحليل السيميولوجي من خلال طرح التساؤل المحوري التالي:

كيف تمثلت العلاقات الأسرية في الومضتين الإشهاريتين التلفزيونيتين " حليب لويا" و" سفاري فول سوداني" المبثتين عبر قناة الشروق الجزائرية؟

وقد تفرع عن هذا السؤال عدة تساؤلات فرعية :

- ماهي دلالات الرسائل الألسنية الموظفة في ومضتي لويا و سفاري فول سوداني ؟
- ماهي دلالات الألوان و الأشكال المستخدمة في ومضتي لويا و سفاري فول سوداني؟
- ما هي دلالات العلامات الأيقونية والتشكيلية المستخدمة في ومضتي لويا و سفاري فول سوداني ؟
- أسباب اختيار الموضوع :

أسباب موضوعية:

- لتأثر العائلات الجزائرية بالاشهارات التلفزيونية؛
- الدافع إلى تحليل الرسائل الخفية في الاشهارات التلفزيونية الجزائرية؛
- جعل المشاهد الجزائري يعي ما يشاهده في هذه الاشهارات؛

- **أهمية الدراسة:**

تتناول هذه الدراسة موضوعا مهما وهو تمثل العلاقات الأسرية في الإشهار التلفزيوني هذه الدراسة تكمن أهميتها في كونها تسعى إلى تحليل الرسائل و المعاني الخفية التي تتلقاها العائلة الجزائرية والتي قد لا ينتبه إلى مخاطرها المتلقي العادي،أي أن هذه الدراسة تسعى إلى أن تبرز للمشاهد أن هدف الإشهار ليس فقط عرض خدمة استهلاكية فقط بل بث أفكار دخيلة قد تهدد مجتمعنا بالعمل على تفكيك نواته الأولى "الأسرة" وضرب العلاقات المتينة التي كانت تربط أفرادها واستبدالها بعلاقات هشة.

- **أهداف الدراسة:**
- معرفة كيف تؤثر الدلائل الاشهارية على المتلقي ؛
- الكشف عن غاية إظهار العلاقات الأسرية في الاشهارات ؛
- إبراز أهمية التلفاز في التسويق عن طريق الإشهار؛
- معرفة دلالات الألوان و الأشكال في الإشهار التلفزيوني.

منهج الدراسة :

للبحث العلمي مناهج عديدة تختلف باختلاف الموضوعات المراد دراستها وتمثل عونا للباحث في اكتشاف الحقائق والتوصل إلى الإجابة عن الأسئلة التي انطلقت منها

فيمكن تعريفه بأنه تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه بالضرورة البحث العلمي أو ما تؤلفه بنية العلوم الخاصة .[1]

ومن اجل الوصول إلى نتائج دراستنا المنشودة ارتأينا أن نستخدم المنهج الأكثر ملائمة مع موضوعنا وهو منهج التحليل السيميولوجي الذي يسمح لنا بالوقوف على الدلالات الخفية والمعاني الباطنية لتمثلات العلاقات الأسرية في الإشهار التلفزيوني الجزائري ، لأنه يعتبر أفضل منهج يسلط الضوء على الآليات التي تنتج من خلالها المعاني في المضامين الإعلامية والاتصالية ويكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر النسق بعدها يعيد تشكيل نظام الدلالة بأسلوب أكثر فهما لوظيفة الرسالة الإعلامية .

- **منهج التحليل السيميولوجي :**

التحليل السيميولوجي هو ذلك الإجراء والإستراتيجية البحثية التي تستهدف استكشاف الوحدات البنائية للنسق الاتصالي . فإذا كان هذا النسق صورة أو رسم فان التحليل هنا هو تجزئة مكونات هذه البناءات لمعرفة مدى تماثلها أو تقابلها باعتبارها نظائر ومن ثم معرفة الصيغة الوظيفية التي تحكم هذا البناء والتفاعل الدلالي لهذا النسق ونفس الشئ يقال بالنسبة للتحليل السيميولوجي .[2]

والتحليل السيميولوجي حسب الناقد الفرنسي رولان بارث هو شكل من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الإعلانية والألسنية ، بحيث يلتزم الباحث الحياد نحو الرسالة

[1] محمد محمد قاسم ،**المدخل إلى مناهج البحث العلمي** ، ط 1 ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، لبنان ، 1999، ص 52

[2] سامية بن سلطان ، **الأبعاد السوسيوثقافية للصورة الاشهارية المتحركة** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ، 2019/2018 ص 27

والوقوف على الجوانب السيكولوجية والاجتماعية والثقافية التي من شانها المساعدة من تدعيم للتحليل السيميولوجي .[1]

كما يعرف اللغوي الدنماركي " لويس هايمسلف " التحليل السيميولوجي مجموعة من التقنيات والخطوات المستعملة لوصف وتحليل شئ باعتبار أن له دلالة في حد ذاته وبإقامة علاقة مع أطراف أخرى .

حيث قمنا باعتماد المقاربة الأنسب التي تتلائم مع طبيعة دراستنا وهي مقاربة رولان بارت التي تستقي أصولها الإجرائية من تحليل الإشهار على الاستدلال على مداخل الصورة ومخارجها واليات اشتغالها في سبيل بناء دلالة معينة [2]، تقوم هذه المقاربة على مستويين رئيسيين هما :

- الأول : المستوى التعييني : ونعني به اتحاد الدال بالمدلول أي المعنى الموضوعي للدليل وفيه تتم القراءة الأولية للصورة لأنها تشكل في حد ذاتها دلائل ذات معنى كبير وتسمى هذه القراءة بالقراءة الحرفية للصورة لأنها مجردة من كل قراءة دلالية أو جمالية ، وهي حسب بارث تشكل رسالة دون سنن ، وهي التي تقوم بوظيفة الإبلاغ دون الحاجة إلى سنن وقواعد

ويتم في هذه المرحلة الوصف الدقيق لمحتويات الصورة في بعدها التقني والفني ، حيث الشكل التي تظهر فيه الصورة وتحديد بنائها الذي يمكننا من فهم خصائصها البنيوية وتبيان خطوطها الرئيسية التي تسهم بخطوط القوة تساهم في توزيع عناصرها وتشكيل توازنها ووحدة التكوين بداخلها سواء أكان تجريبيا أو شخصيا أو هندسيا أو عفويا باعتبار أن كل تكوين له

---

[1] حمزة زيان بوزيان ، راضية احمد بن سلطان ، **التحليل السيميولوجي للاشهار في التلفزيون الجزائري** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجيلالي بونعامة ، خميس مليانة ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ، 2018/2017 ص17

[2] - فايزة يخلف ، **سيميائيات الخطاب والصورة** ، ط1 ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ، لبنان ، 2012 ، ص120

خصوصيته ودلالاته التي تكشفت من خلال اتجاهات الخطوط داخل الصورة ، ويتضمن هذا المستوى دراسة ما يلي:

1. الرسالة الشكلية 2. الرسالة الآيقونية 3. الرسالة الألسنية

- الثاني : المستوى التضميني :[1]ونعني بها القراءة المعمقة ، أو هي القراءة مابين السطور أو قراءة ما وراء الصورة لاكتشاف دلالتها والقيم الرمزية التي تحملها وفق القيم السوسيوثقافية بالنسبة لكل مجتمع ،وهذا ما يجعل قراءة الصورة على هذا المستوى قد تختلف من مجتمع لأخر ومن فرد لأخر ، ويسمي بارت الإجراء المرتبط بالتضمين في الصورة " التأثير بالحيلة " هنا يجري تغيير بالصورة بهدف إنتاج معنى خرافي ما ، وفي هذا المستوى تظهر قدرة الباحث على تفكيك مختلف الدلالات التضمينية للصورة حيث يقول رولان بارت على أن الصورة ليست هي الأشياء التي تمثلها وإنما استعملت لتقول شيء أخر

فالمستوى التضميني يأتي لمضاعفة المعنى المتحصل عليه من المستوى التعييني وليؤكد على قوة الصورة في الإيحاء بمعنى ثاني انطلاقا من المعنى التعيني (دال مرتبط بمدلول) فيصبح الدليل التعيني المتحصل عليه عبارة عن دال ثاني لمدلول ثاني على المستوى

إذا فإلى جانب المستوى الأول وهو المستوى التعيني والذي يضم المستوى الإدراكي والمعرفي[2] ، هناك المستوى الثاني وهو المستوى التضميني المتعلق بالايديولوجيا،والذي هو أعمق مستوى في قراءة الصورة والذي تكون قراءة الصورة فيه حسب قيم المتلقي .

1[1]ـباية سيفون ، **محاضرات في السيميولوجيا** ، مطبوعة في مقياس السيميولوجيا موجهة لطلبة السنة الثالثة ل م د إعلام واتصال ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ،الجزائر ، 2015 /2016 ص - ص 36 ،37

2[2]ـالمرجع نفسه، ص 37

مجتمع البحث:

بعد أن ينتهي الباحث من اختيار البحث وتحديد أبعاده والمنهجية مسترشدا بأسلوب المحدد الذي يسير وفقه البحث يحاول أن يجمع أقصى ما يمكن جمعه من البيانات بحيث لا يترك شيئا ذو أهمية دون بحث وتدقيق

إن مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي ترتكز عليها الملاحظات[1]

كما يعرف كذلك على انه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذي يشكلون موضوع مشكلة البحث [2]،أي انه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة .

انطلاقا من تعريف مجتمع البحث يمكن القول أن مجتمع بحثنا يتمثل في جميع الاشهارات التلفزيونية الجزائرية التي تحمل في مضمونها تمثلات أسرية.

عينة الدراسة :

هي جزء من مجتمع الدراسة يتم اختيارها من قبل الباحث لإجراء الدراسة عليها، وتكون ممثلة لمجتمع الدراسة .[3]

وتكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة حتى يتمكن الباحث من تعميم النتائج أو حتى التنبؤ بواسطتها للمستقبل [4]

1[1]موريس أنجرس ، **منهجية البحث العلمي** ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، ط2 ، دار القصبة للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2006 ، ص 298

2[2]عبد القادر عوينان ، **محاضرات في المنهجية** ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة أكلي امحند اولحاج ، البويرة ، الجزائر 2018/2017 ص 66

3[3]المرجع نفسه، ص 66

4[4]محمد سرحان علي المحمودي ، **مناهج البحث العلمي** ، ط3، دار مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع ، اليمن ، 2015 ، ص 105

ولتحديد عينة البحث اتبعنا الأسلوب القصدي ، الذي يقوم على التأطير الشخصي للباحث في اختيار العينة أي الاختيار المباشر ، متمثلة في اشهارين تلفزيونيين يبث في التلفزة الجزائرية وتحديدا عبر قناة الشروق وهي :

1. الومضة الاشهارية المروجة لمنتوج "حليب لويا" والتي بثت عبر قناة الشروق حيث بلغت مدتها 32ثـا .
2. الومضة الاشهارية المروجة لمنتوج "سفاري فول سوداني" والتي بثت عبر قناة الشروق حيث بلغت مدتها 31ثـا

وقد تم اختيار هذه العينة للتركيز على العلاقات الأسرية وعلى تمثلاتها في الإشهار التلفزيوني الجزائري

- **تحديد المفاهيم :**

□ التمثلات:

لغة : تمثل أو يتصور الشئ أتوهم صورته وتخيله واستحضره في ذهنه والتمثل لغة: عملية تتضمن استحضار صورة موضوع غائب إلى الذهن أو تشبيه شئ بأخر أو تقليد الشئ.[1]

اصطلاحا : عرفه هرزليشc.Herzlich : " على انه انجاز نفسي معقد يدخل من خلاله في صورة دالة تجربة على كل فرد وقيم والمعلومات الموجودة في المجتمع. [2]

. يعرف ج.باصطولفي التمثلات على أنها عملية فكرية صعبة بالنسبة للمتعلم والتي تتوقف خصائصها على تنظيم المعارف في الذهن وعلى العوائق الخاصة بكل حقل معرفي للترميز الذي يكتسب المتعلم انطلاقا من الوضعية والتفاعلات الفردية .

1[1]ـابن منظور ،**لسان العرب** ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، 1999، ط13 ، ص11

2[2]ـعبد القادر بالعالية ، **التمثلات الاجتماعية للصحة** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص مسوحات سوسيولوجية في مجال الصحة ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ، الجزائر ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، 2016/2015 ، ص14

. أما م. دوقلاي فيعرفها بالكيفية التي يوظف بها الفرد بصورة شخصية معلوماته السابقة لمواجهة وضعية معينة .[21]

إجرائيا :هو فعل فكري أو ذهني من خلاله يتم الربط بين شخص وموضوع ، وبطريقة أخرى هو إعادة إنتاج ذهني لشخص ، شيء ، حدث مادي أو معنوي فكرة أو غيرها ، والتمثل مرتبط بصورة و معنى .

- العلاقات :

لغة:العلاقة جمع علاقات وعلائق ، وهي رابطة بين شخصين أو شيئين .[3]

اصطلاحا : هي وجود اتصال مباشر أو غير مباشر يؤدي إلى إقامة علاقات والعلاقات تعني كذلك التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر . وتحقق هذه العلاقة بعد حدوث فعل ورد فعل ايجابيا وتكون حصيلة علاقات اجتماعية تعاونية أو على العكس من ذلك يكون اتجاها سلبيا ويقود إلى علاقات متوترة قد تؤدي إلى التفكك والاختلاف بين الأفراد .[4]

رابطة بين شيئين أو ظاهرتين بحيث يستلزم تغير احدهما تغير الأخرى وقد تكون علاقة اتفاق أو شبه أو تبعية .[5]

. أما مصطفى الخشاب فيعرفها " العلاقات هي الروابط والآثار المتبادلة التي تنشا استجابة لنشاط أو سلوك مقابل والاستجابة ، شرط أساسي لتكوين تلك العلاقة " [6]

---

[2]-1-شهيناز بن ملوكة ، التمثلات **الاجتماعية للمعرفة المدرسية لدى التلاميذ الذين يظهر لديهم أعراض الانقطاع عن الدراسة** ، أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه العلوم في علم النفس الأسري ، جامعة وهران2، الجزائر ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم النفس وعلوم التربية و الارطفونيا ، 2015/2014 ، ص 19

[3]2-احمد مختار عمر ، **معجم اللغة العربية المعاصرة** ، ط1 ، عالم الكتب ، مصر ، 2008 ، ص 1538

[4]3-بسام عبد الرحمن المشابقة ، **مصطلحات العلاقات العامة** ، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013 ص 230

[5]-احمد زكي بدوي ، **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية** ، دار المعرفة للطباعة والنشر ، بيروت ، 1982 ص 352

[6]-فضيلة حبشي ، **علاقات الجيرة في المدينة الصحراوية** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاجتماعية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا 2016/2015 ص 09

إجرائيا:نوظف مفهوم العلاقات في الدراسة على أنها تواصل بين شخصين أو أكثر وتتشكل بين أشخاص في سياق مؤثرات اجتماعية أو ثقافية وقد يتفاوت السياق بدءا من علاقات الأسرة.

 الأسرة:

لغة : أهل البيت ، فهي عشيرته ، ورهطه الأدنون ، وسميت بهذا الاسم لما فيها من معنى القوة ، حيث يتقوى بهم الرجل .[1]

والأسرة في الاصطلاح : كما هو معلوم لها تعاريف كثيرة وقد اختلفت هذه التعاريف باختلاف تخصصات الباحثين وباختلاف مشاربهم الفكرية ، ومن بين هذه التعاريف نجد :

يعرفها أو جبرن أن الأسرة هي جماعة تقوم فيما بينها روابط اجتماعية تتكون من زوج وزوجة وأطفالهما ، وبدون أطفال أو من زوج بمفرده مع أطفاله ، وزوجة بمفردها مع أطفالها " ويضاف إلى هذا أن الأسرة قد تكون اكبر من ذلك فتشمل أفراد آخرين كالأجداد والأحفاد وبعض الأقارب ، على أن يكونوا اكبر من ذلك فتشمل مشتركين في معيشة واحدة مع الزوج والزوجة والأطفال .[2]

. هي عبارة عن وحدة إنتاجية بيولوجية تقوم على زواج شخصين ويترتب على ذلك الزواج عادة إنتاج من الأطفال وهنا تتحول الأسرة إلى وحدة إنتاجية تحدث فيها الاستجابات الأولى وهي الجماعة أو الوحدة الأولية والتي تكونت بموجب عقد شرعي وقانوني من رجل ولمرآة ، هذه العلاقة تتوج بأبناء وهي تقوم بادوار ووظائف بيولوجية تربوية واقتصادية .[3]

---

[1]-ابن منظور ، مرجع سبق ذكره ، ص60

[2]-ساسية قارة ، **الأسرة والسلوك ألانحرافي للمراهق** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص علم اجتماع التربية ، جامعة منتوري ، قسنطينة ،الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، 2012/2011 ، ص09

[3]-سميرة ونجن ، **إسهام الأسرة التربوي في تفوق الأبناء دراسيا** ، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علم الاجتماع غير منشورة ، تخصص علم اجتماع التربية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ،الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 2017/2016، ص 12

إجرائيا: نوظف مفهوم الأسرة في الدراسة على أنها تتمثل في مجموعة من الأفراد يرتبطون معا بروابط وعلاقات فيما بينهم مادية ومعنوية ليشكلوا اصغر وحدة اجتماعية في المجتمع .

 الإشهار :

لغة : هو إعلان الشى وقد ورد في القاموس المحيط لسان العرب : الإعلان المجاهرة وعلانية فيما إذا شاع وظهر الإعلان في الأصل هو إظهار الشئ وللمصطلحين نفس المعنى .[1]

اصطلاحا:نحاول التعرف على مصطلح الإشهار حسب التعريفات المختلفة في القواميس والموسوعات

le petite Larousse : الإشهار هو مجموعة الإمكانيات والوسائل المستعملة للقيام بتعريف مؤسسة صناعية أو تجارية لبيع منتوج ما ، لا يمكننا أن نجعل الإشهار مجرد حركة القيام بتعريف منتوج معين فهذا التعريف لا يفرق بين الإشهار والوسائل الأخرى للمؤسسة كالترقية promotion والعلاقات العامة ، أو الباعة الذين هم أيضا يقومون بتعريف مؤسساتهم وبيع المنتوج أيضا .[2]

. يعرف بأنه " اتصال غير شخصي بواسطة وسيلة إعلامية لإرسال رسالة إلى المتلقي لإعلامه والتأثير عليه وإقناعه بالشراء ، فيعمل الإشهار على خلق الحاجة إلى السلعة وزيادة الطلب عليها ويعرفه قاموس le petite la rousse : "هو نشاط هدفه التعريف بماركة

[1] محمد منير حجاب ،**المعجم الإعلامي** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر ، 2004، ص393
[2] عبد النور بوصابة ، **الأساليب الاقناعية للومضات الاشهارية التلفزيونية** ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، 2009/2008، ص 29

ودفع الناس لشراء منتوج ما ، وهو مجموع الوسائل والتقنيات تستعمل لغرض التعريف وعرض المنتوجات .[1]

إجرائيا :نوظف مفهوم الإشهار في الدراسة على انه مجموعة من المعاني والأفكار والمعلومات حول سلعة أو منتوج معين أو خدمة موجهة عبر شاشة التلفزيون لجمهور معين قصد إقناعه بهذه السلعة أو المنتوج أو الخدمة .

- التلفزيون :

لغة : التلفزيون كلمة لاتينية "télévision " مركبة من " télé " ويعني عن بعد و " vision " يعني الرؤية ، وبهذا فالتلفزيون يعني الرؤية عن بعد .

اصطلاحا : يعرف التلفزيون اصطلاحا بوسيلة الاتصال والإعلام ، لأنه يخاطب عدد كبير من الأفراد في نفس اللحظة ، وهو وسيلة سمعية بصرية تعتمد أساسا على الصورة والصوت

. وهي أداة لنقل مختلف الأخبار المصورة سواء على شكل أفلام ، حصص ، نشرات ، إشهار ، من البرامج التلفزيونية التي كانت تنقل بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية ، ثم بواسطة الأقمار الصناعية .[2]

. وهو وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريقة الدفع الكهربائي وهي أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجماهير عن طريق بث برامج معينة .[3]

---

[1] سميرة بلغيشية ، أسمهان ميطرة ، مكية لعرباوي ، **القيم في الإشهار التلفزيوني الجزائري** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال الصورة والمجتمع ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ،الجزائر ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ، 2013/2012 ص 15

[2] ـ فضيلة أكلي، **استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية** ، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص ثقافي تربوي ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، 2007/2006 ، ص 18

[3] ـاحلام العمراوي ، **اثر مشاهدة التلفزيون في تشكيل القيم التربوية للطفل الجزائري** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال وعلاقات عامة ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، قسم العلوم الإنسانية ، 2017/2016 ص 13

إجرائيا : نوظف مفهوم التلفزيون في الدراسة على انه جهاز الكتروني يسمح باستقبال واستنساخ الإشارات التلفزيونية بشكل عام وهو وسيلة من أهم وسائل الاتصال الحديثة حيث ينقل الصور و الأصوات من جميع أرجاء العالم إلى ملايين الناس .

- **الدراسات السابقة:**

الدراسة الأولى :

تحت عنوان "التحليل السيميولوجي للإشهار في التلفزيون الجزائري دراسة تحليلية سيميولوجية لومضتي تابي دور و دانون" للباحثان حمزة زيان بوزيان و راضية أحمد بن سلطان [1]

و قد كان سؤال اشكاليتها كالتالي: ما هو البعد الدلالي و الفني للإشهار في التلفزيون الجزائري .

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز مختلف الدلالات و المعالم و الرموز اللسانية و تحليل الرسائل الايقونية للصورة الاشهارية و الكشف عن أنماط و خصائص الصورة التي يكونها الفيلم الاشهاري كما هدفت إلى معرفة كيف تؤثر الدلائل الاشهارية على الجمهور بالإضافة إلى إبراز مكانة التلفزيون و دوره في تسويق المنتوج من خلال الإشهار .

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الومضات تحمل أبعادا جمالية و فنية حيث ظهرت جماليات الإضاءة و الألوان بالإضافة إلى جمالية الشخصيات و المونتاج و توصلت أيضا إلى أن الإشهار التلفزيوني يختلف من حيث التحليل السيميولوجي عن تحليل كل من الملصقات الاشهارية و الأفلام ، كما اعتبرت الإشهار الجزائري على انه إشهار بسيط ليس ضخم و جذاب ولا يوجد فيه إبداع مقارنة مع الدول الغربية.

1- حمزة زيان بوزيان ، راضية احمد بن سلطان ، **التحليل السيميولوجي للاشهار في التلفزيون الجزائري** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجيلالي بونعامة ، خميس مليانة ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ، 2017/2018

التعقيب على الدراسة:

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في كونها طبقت منهج التحليل السيميولوجي على عينة من الاشهارات التلفزيونية في القنوات الجزائرية و الهدف المتمثل في محاولة معرفة الرسائل الموجهة للمشاهد وذلك بالاعتماد على نفس المقاربة في التحليل وهي مقاربة رولان بارث .

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في أنها تناولت موضوعا مغاير لموضوع دراستنا.

الدراسة الثانية:

عنونت ب "اليات التحليل السيميولوجي للخطاب الاشهاري التلفزيوني" للباحث شايب نبيل[1]

هذه الدراسة عبارة عن مقال علمي لمجلة تابعة لقسم العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية معالجة التمثلات الايقونية في الإشهار التلفزيوني و الغوص في فن الإشهار بالإضافة إلى تبين آليات التحليل السيميولوجي للخطاب الاشهاري التلفزيوني.

توصلت هذه الدراسة إلى أن الخطاب الاشهاري يعتبر بمثابة مواضيع تواصلية و أنساق دلالية تدفع المتلقي لاتخاذ قرار الشراء من عدمه و أن نجاح الخطاب الاشهاري التلفزيوني في بيع المنتجات مربوط بصفة أساسية بثقافة المستهلك.

التعقيب على الدراسة: يكمن وجه الشبه بين دراستنا و هذه الدراسة في تبيين آليات التحليل السيميولوجي للاشهار التلفزيوني. غير أنها ركزت على الجانب التنظيري أكثر في تناولها لموضوع الخطاب الإشهاري.

الدراسة الثالثة :

تحت عنوان القيم في الإشهار التلفزيوني الجزائري دراسة سيميولوجية لومضتي أروما و كوكاكولا و ايزيس للباحثين لعرباوي مكية و بلغيثية سميرة وميطرة أسمهان [1]

1[1]نبيل شايب ، **آليات التحليل السيميولوجي للخطاب الاشهاري التلفزيوني من التمثيل إلى التأويل** ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 30 ، جامعة يحي فارس المدية ، الجزائر ، 2017

كان سؤال اشكاليتهما كالتالي :

هل يتضمن الإشهار التلفزيوني الجزائري القيم الموجودة في المجتمع الجزائري ؟

وقد اختار المنهج السيميائي و اعتمدا على العينة القصدية .

هدف الباحث في دراسته إلى معرفة البناء الشكلي و الضمني لإشهار كل من أروما ، كوكاكولا و ايزيس و أبرز آليات الإقناع المستخدمة في هذه الاشهارات كما حاول الباحث كشف طبيعة الإشهار الجزائري و أثره في القيم المحلية وهدف الباحث إلى نشر ثقافة الإشهار في مجتمعنا

وصل الباحث إلى أن الإشهار التلفزيوني يعمل على ترك بصمة في مخيلة المتلقي و بالتالي فان الإشهار قد أصبح يمارس نوعا من الهيمنة بفرض مجموعة من الأفكار التي تأثر على قيم المجتمع لكنه أهمل عنصر الإبداع.

التعقيب على الدراسة : تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في محاولة كشف أيديولوجية المعلن و كشف اثر الإشهار التلفزيوني الجزائري على القيم المحلية عن طريق التحليل السيميولوجي بالاعتماد على مقاربة رولان بارث ، وتختلف هذه الدراسة عن دراستنا في أن الأخيرة درست قيم المجتمع الجزائري بصفة عامة اما دراستنا فكان موضوعها الأسرة و تمثلاتها في الاشهار الجزائري .

---

[1]- سميرة بلغيشية ، أسمهان ميطرة ، مكية لعرباوي ، **القيم في الإشهار التلفزيوني الجزائري** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال الصورة والمجتمع ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ،الجزائر ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ، 2012/2013

الإطار النظري

الفصل الأول : الأسرة والعلاقات الأسرية

تمهيد :

تشمل كلمة أسرة حلقة واسعة من الملامح المميزة والصفات وتعد الخلية الأساسية في بناء المجتمع ، وقد قطعت منذ فجر الحياة الاجتماعية إلى عصورنا الحديثة مراحل عديدة من التطور وشهدت أحداث كثيرة وتغيرات شاملة في أمور كثيرة أهمها : التطور في نطاقها ووظائفها حيث دخلت عالم الإعلام والتكنولوجيا والإشهار والتلفزيون لهذا سنحاول التطرق في هذا الفصل إلى مفهوم الأسرة بصفة عامة ثم عرض المداخل النظرية لدراسة الأسرة وإبراز كل من الوظائف الرئيسية بعدها لننتقل إلى الإشارة إلى العلاقات الأسرية .

المبحث الأول :ماهية الأسرة

المطلب الأول : مفهوم الأسرة

تعد الأسرة من أهم المؤسسات الاجتماعية ، بل هي المحور الذي تدور حوله كل النشاطات الاجتماعية ، علاوة على أنها أكثر الظواهر الاجتماعية انتشارا ، فهي نواة التنظيم الاجتماعي والأساس الذي يعول عليه من اجل ترسيخ الروابط الاجتماعية وتحقيق الاستقرار في الحياة الاجتماعية ، وهي الوسيط بين الفرد والمجتمع والمؤسسة التي يتوارث فيها الأفراد والجماعات انتماءاتهم الدينية والطبقية والتعاونية .[1]

ويشير المدلول اللغوي للأسرة إلى " الدرع الحصينة " وأهل الرجل وعشيرته تطلق على الجماعة التي يربطها أمر مشترك وجمعها " اسر " وكلمة " اسر " بمعنى حبس ، فخاتم

1- ونجن سميرة ،**إسهام الأسرة التربوي في تفوق الأبناء دراسيا** ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علم الاجتماع غير منشورة تخصص علم اجتماع التربية ، جامعة محمد خيضر –بسكرة ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم اجتماعية ، 2016- 2017 ص 122

الزواج يسمى ب " المحبس " وتشير كلمة أسرة إلى التآزر أو التناصر والتضامن وفي " تاج العروس " الدرع الحصينة كذلك . والأسرة من الرجل الرهط الأدنون وعشيرته لأنه يتقوى بهم.

وهي مستمدة من الأسر الذي هو الشد وهي تدل على أهل بيت الفرد .{ لهذا عللت كتب اللغة تسمية رهط الرجل بالأسرة باعتبار كونه يتقوى بالأفراد المنضم إليهم وكونه يمنحهم قوة بإضافة ما يمتلكه من اثر ذاتي ماديا كان أو معنويا } . ويرى بعضهم أن كلمة أسرة مشتقة من [الأسر] بمعنى القيد ، فلأسر والقيد يفهم هنا بأنه العبا الملقى على الإنسان ومن ثم فان المفهوم اللغوي للأسرة يبنى على المسؤولية .

أما التعريف الاصطلاحي فقد جاء بمعان عدة فمنهم من عرف الأسرة بأنها مجموعة من العلاقات الدائمة والمتشابكة بين أشخاص يشغلون مكانات اجتماعية اكتسبوها من خلال الزواج والإنجاب وهي الجماعة أو الوحدة الأولية والتي تكونت بموجب عقد شرعي وقانوني من رجل وامرأة ، هذه العلاقة تتوج بأبناء وهي تقوم بعدة ادوار ووظائف بيولوجية ، تربوية واقتصادية . وقد اصطلح علماء الاجتماع على تسميتها بالأسرة الزوجية وهي اصغر وحدة قرابية في المجتمع تتألف من الزوج والزوجة وأولادهما غير المتزوجين يسكنون معا في مسكن واحد وتقوم بين إفرادها التزامات متبادلة اقتصادية وقانونية ، وهي ظاهرة إنسانية عالمية إذ ثبت وجودها في كل مراحل تطور البشرية ، وتعتبر النمط المميز للأسرة في المجتمع المعاصر .[1]

كما يعرف " بيرجس " الأسرة الحديثة بأنها " نظام فرعي للنظام الاجتماعي ، يتألف من شخصين بالغين من جنسين مختلفين ، وطفل أو أكثر يتعهدانه بالتربية والإشراف " وقد عرفها "كونت " بأنها " النقطة الأولى التي يبدأ منها التطور وهي الخلية الأولى في جسم المجتمع ، وهي الوسيط الطبيعي الاجتماعي الذي يتربى وينشط ويكبر ويترعرع منه الفرد "

1-[1]ونجن سميرة ، مرجع سبق ذكره ، ص- ص124 - 123

كما يرجع المبدأ الأساسي في تكوينها إلى وظيفتها الجنسية والعاطفية ، إذ ثمة ميل متبادل بين الزوجين من جهة وعطف متبادل بينهم والأبناء من جهة أخرى .

كما أشار " كمال دسوقي " إلى أن الأسرة تتجه إلى إبراز الارتباط بين الرجل والمرأة وما يترتب على هذا الارتباط من إنجاب ورعاية للأطفال والقيام ببعض الوظائف التي لم تسقط عن الأسرة في تطورها تماشيا مع ظروف المجتمع ما يميز هذا التعريف هو تطرقه إلى الوظائف التي تقوم بها الأسرة تماشيا مع المجتمع الذي تنتمي إليه " هذا ما أدى بكثير من المهتمين بعلم الاجتماع الأسري إلى القول بان أنماط الأسرة في المجتمع يعتبر من ابرز ملامح المجتمعات المعاصرة .

وجاء في " قاموس علم الاجتماع إن الأسرة عبارة عن جماعة من الأفراد يرتبطون معا بروابط الزواج ،الدم ، والتبني ،ويتفاعلون معا وقد يتم هذا التفاعل بين الزوج والزوجة ،وبين الأب والآم والأب والأبناء ، ويتكون منهم جميعا وحدة اجتماعية تتميز بخصائص معينة . فالأسرة قد لا تضم احد الوالدين أو كلاهما ، كما قد يكون هنالك زوجين يكونان أسرة دون أن يكون لديهما أبناء ، لهذا قد "غريب السيد احمد " تعريفا يقول : إن الأسرة جماعة اجتماعية تربط أفرادها روابط الدم والزواج ، يعيشون معا في حياة مشتركة ويتفاعلون على نحو مستمر للوفاء بالمتطلبات الاقتصادية والاجتماعية الضرورية لبقاء الأسرة . كما عرفها " محمود حس " بأنها تمثل صورة التجمع الإنساني الأول وهي حماية أولية ، بمعنى أنها أساس الإنجاب والتطبيع الاجتماعي للجيل التالي وهي كذلك الأصل الأول لعادات التعاون والتنافس التي ترتبط بإشباع الحاجات من الحب والأمن والمركز الاجتماعي "

تعريف وليم ستيفنس : الأسرة هي التي تقوم على ترتيبات اجتماعية قائمة على الزواج ومنظمة معرفة بحقوق وواجبات الأبوة مع إقامة مشتركة للزوجين وأولادهما والتزامات اقتصادية متبادلة بين الزوجين .

ويعرفها جورج الين : بأنها وحدة مستقلة بذاتها ، أعضائها يربطهم رباط الدم ويعيشون في ذات المنزل ويقومون بأعمال جماعة مشتركة .

ويعرفها أرسطو: بأنها أول اجتماع تدعو إليه الطبيعة إذ من الضروري أن يجتمع كائنات لا غنى لأحدهما عن أخر وهما الرجل والمرأة أي اجتماع الجنسين للتناسل

وأما مصطفى الخشاب : يرى أن الأسرة اتحاد تلقائي تؤدي إليه القدرات الاستعدادات الكامنة في الطبيعة البشرية النازعة إلى الاجتماعي . وهي بأوضاعها ومراسيمها عبارة عن مؤسسة اجتماعية تبعث عن ظروف الحياة والطبيعة الثقافية للنظم والأوضاع الاجتماعية وهي ظروف حتمية لبقاء الجنس البشري ودوام الوجود الاجتماعي ، فقد أودعت لطبية في الإنسان هذه الضرورة بصفة فطرية .[1]

المطلب الثاني :أنواع الأسرة

1. الأسرة النواة أو الزواجية : يستخدم مصطلح الأسرة النواة وكذلك مصطلح الأسرة الزواجية للإشارة إلى الأسرة المكونة من الزوج وأطفالهما المباشرين .والفرق الوحيد بينهما إن الأسرة النواة يمكن إن يقيم مع إفرادها احد الأقارب مثل الأخت أو الأخ أو احد الوالدين وتسمى كذلك العائلة البسيطة ، وهي [2]نوعان:

ذات الحجم الكبير : من ثمانية إلى 11 فرد ، وأكثر ، أو العائلة كبيرة العدد التي تحافظ أكثر على مميزات العائلة المتسعة حتى لو قطعت صلتها بعدد معين من هذه المميزات بالخصوص بفضل الأمن الاجتماعي الذي يضعه الأهل في عدد أطفالهم ، يمكن اعتبار العائلة ذات الحجم المتوسط كنموذج انتقالي قائم على توفيق بين القيم

[1] - غنايم هالة ،**دور الأسرة في تنمية الاتجاهات الايجابية نحو الدراسة لدى الطفل المدرسة الابتدائية داخل البيت** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربية ، جامعة الشهيد حمة لخضر – الوادي ، الجزائر ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الاجتماعية ، 2015- 2016 ، ص 17

[2] -بن عاشور سهام ، **التكثيف الداخلي للمسكن الجديد وعلاقته بزواج الأبناء** ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، 2001- 2002، ص20

التقليدية والعصرية .والأسرة النواة أو الزوجية تعرف كوحدة تبدأ بمراسيم الزواج وتستمر خلال الحياة وتكون العلاقات الجنسية قاصرة على الزوجين ، ويرتكز الاعتماد على الاقتصاد داخل الأسرة النواة وليس على أي من الأقارب .فهي من الناحية الاقتصادية تعتمد على دخل الزوج من عمله ، وربما أيضا على مرتب الزوجة ، كما تظهر بوضوح دلائل المحبة والعواطف الصادقة الخالصة بين الآباء والأبناء وبين الإخوة ، ولهذا فالأسرة النواة في كل مجتمع تلعب دورا هاما وأساسيا .

خصائص الأسرة النواة أو الزواجية : تتكون الأسرة الزواجية على أساس الاختيار الحر في الزواج فالزواج فيها ارتباط بين الأفراد المقبلين على الزواج أكثر مما هو ارتباط بين أسرهم من التوافق بين أسرهم

تتميز باستقلالية مسكنها ومعيشتها ، الأمر الذي ينتج عنه من ناحية استقلالها بشؤونها الخاصة إذ توجه شؤونها وتتخذ القرارات المتعلقة بحياتها ومستقبلها دون تدخل من القرابات ، ومن ناحية أخرى ينتج عنه ضعف دور الرقابة والضبط الاجتماعي لأفراد معينين .[1]

2. الأسرة الممتدة : ما يميز أعضاء الأسرة الممتدة شراكتهم في : " اللقب ، السكن ، رأس المال الاقتصادي وكل الخصوصيات التابعة للعائلة تمنحها شخصية حقيقية ، يعتبر ابن خلدون هذا النمط رمزيا مثاليا للعائلة الإسلامية تدل على المعنى " العصبية " فتسمى " أسرة العصب " تقوم على صلة الدم والقرابة . ويميزها بطابعها المزدحم بعدد أفرادها الهائل فقد تجمع من عشرين إلى ستين وتضم من ثلاث إلى أربع أجيال متعاقبة تقيم في مسكن مشترك تحت سقف واحد .

هذا النمط كان سائدا في المجتمع الجزائري وتغير منفولوجيا مع الانفراد السكني للزوجين في سكن مستقل مكونين بذلك أسرة زوجية أو نووية ، ولكن مضمونا كل طرف من إطراف

[1] - بن عاشور سهام ، مرجع سبق ذكره ، ص 21

العلاقة الزوجية لا يقطع الحبل السري مع أسرته الأصلية ويبقى وفيا لها حيث تستديم الروابط الأسرية مع تبادل الزيارات ، ومع علاقات التآزر والتعاون بين إطراف الأسرة الزوجية في علاقتها بأسرة الانتماء . ويعتبر " دوركايم " إن " التضام الاجتماعي يرتكز على الاحترام للجماعة وتقاليدها ومشاعر الانتماء لها ... فنحن متعلقين بالأسرة لأننا نتعلق بالشخص الذي هو الأب ، إلام ، الزوجة ، الأبناء ..." [1]

المطلب الثالث: مقومات الأسرة

ترجع أهم مقومات الأسرة وخصائصها بصفة عامة إلى الاعتبارات الآتية:

أ. الأسرة أول خلية يتكون منها البنيان الاجتماعي وهي أكثر الظواهر الاجتماعية عمومية وانتشار فلا ترى مجتمع يخلو بطبيعته من النظام الأسري لأنها أساس الاستقرار في الحياة الاجتماعية .[2]

ب . تقوم الأسرة على أوضاع ومصطلحات يقرها الدين والمجتمع فهي ليست عملا فرديا أو إراديا ولكنها من عمل المجتمع وثمرة من ثمرات الحياة الاجتماعية وهي من نشأتها وتطورها وأوضاعها قائمة على مصطلحات المجتمع فمثلا الزواج ومحور القرابة في الأسرة والعلاقات الزوجية والواجبات المتبادلة بين عناصر الأسرة كل هذه الأمور وما إليها يحددها المجتمع ويفرض عليهم الالتزام بحدودهم .

ج . تعتبر الأسرة الإطار الذي يحدد تصرفات إفرادها فهي التي تشكل حياتهم وتضفي عليهم خصائصها وطبيعتها ، والأسرة هي بؤرة الوعي الاجتماعي والتراث القومي والحضاري فهي التي تنقل هذا التراث من جيل إلى جيل أخر وهي مصدر العادات والتقاليد والعرف والقواعد السلوكية والآداب العامة ، وهي دعامة الدين والوصية على طقوسه ووصاياه ويرجع إليها

[1] - قرطي فائزة ، **الزوجان والعلاقات الأسرية** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع العائلة ، جامعة وهران 2 ،الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، 2015- 2016 ص- ص 16 - 17

[2]- محمد مهدي القصاص ، **علم الاجتماع العائلي** ، جامعة المنصورة ، كلية الأدب ، سنة 2008 ، ص – ص 29 - 31

الفضل في القيام بأهم وظيفة اجتماعية وهي عملية التنشئة الاجتماعية . والأسرة هي المعلم الأول الذي يقوم بعملية الترويض الاجتماعي ، هذا ولكل أسرة سماتها الثقافية المستمدة أساسا من الثقافة العامة للمجتمع .

د. الأسرة بوصفها نظام اجتماعي تؤثر فيما عداها من النظم الاجتماعية وتتأثر بها فإذا كان النظام الأسري في مجتمع ما فاسد فان هذا الفساد يتردد صداه في وضعه السياسي وإنتاجه الاقتصادي ومعاييره الأخلاقية وبالمثل إذا كان النظام الاقتصادي أو السياسي فاسدا فان هذا الفساد يؤثر في مستوى معيشة الأسرة وفي وضعها القومي وفي تماسكها .

هـ . تعتبر الأسرة وحدة اقتصادية وتبدو هذه الطبيعة واضحة إذا رجعنا إلى تاريخ الأسرة فقد كانت قائمة في العصور القديمة بكل مستلزمات الحياة واحتياجاتها وكانت تقوم بكل مظاهر النشاط الاقتصادي وهو الاقتصاد المغلق

و . الأسرة وحدة إحصائية أي يمكن أن تتخذ أساسا لإجراء الإحصائيات المتعلقة بعدد السكان ومستوى المعيشة وظواهر الحياة والموت وما إليها من الإحصائيات التي تخدم الأغراض العلمية ومطالب الإصلاح الاجتماعي . ويمكن ، إن تتخذ كذلك عينة للدراسة والبحث وعمل التجارب والمتوسطات الإحصائية وذلك للوقوف على طبيعة المشاكل الأسرية للقضاء عليها .

ز. الأسرة هي الوسط الذي اصطلح عليه المجتمع لتحقيق غرائز الإنسان ودوافعه الطبيعية والاجتماعية وذلك مثل حب الحياة وبقاء النوع وتحقيق الغاية من الوجود الاجتماعي وتحقيق الدوافع الغريزية والجنسية والعواطف والانفعالات الاجتماعية مثل عاطفة الأبوة والأمومة والأخوة وما إليها .[1]

[1]- مهدي محمد القصاص ، مرجع سبق ذكره ، ص- ص 29 - 31

المبحث الثاني: وظائف الأسرة

المطلب الأول : الوظيفة البيولوجية والاقتصادية

على الرغم من تعدد الأشكال الخاصة للحياة الأسرية بين المجتمعات إلا أن هناك وظائف عامة تقوم بها هذه المؤسسة في كافة المجتمعات ، وهي تتشابك مع بعضها البعض وتعمل كل وظيفة على مساندة الوظائف الأخرى في كل مرحلة من المراحل الحياة الأسرية .[1]

أولا : الوظيفة البيولوجية

تعتبر من أهم وظائف الأسرة وتتعلق بالإنجاب والتناسل وذلك لحفظ النوع من الانقراض ، ولكي تحقق الأسرة هذه الوظيفة وتسعد بإنجاب أطفال أصحاء من الناحيتين الجسمية والعقلية يجب عليها مراعاة ما يلي :

- يجب أن يتمتع الأبوان بصحة جسمية سليمة ، ففي حالة اعتلال الصحة البدنية يجب منع النسل حتى لا ينتج نسلا ضعيفا بسبب الأمراض المعدية أو الأمراض المزمنة ...الخ
- يجب أن تكون الناحية العقلية لدى الأبوان صحيحة حتى لا ينتجوا أطفال ضعاف العقول .
- يجب إن تكون موارد الأسرة كافية حتى يمكن تلبية جميع مطالب الأسرة وبمعنى أخر ينبغي أن يكون عدد أفراد الأسرة عددا نموذجيا يحقق التوازن بين موارد الأسرة واحتياجات أفرادها ويكون متفقا مع جميع الوظائف الأخرى من اجتماعية ونفسية واقتصادية .

[1] 2-بنت صالح المالك حصة ، محمود نوفل ربيع ، **العلاقات الأسرية** ، دار الزهراء ، الرياض ، الطبعة الأولى ، سنة 2006 ص 18

ثانيا: الوظيفة الاقتصادية

تتعلق هذه الوظيفة بالإنفاق على الأسرة ، وكان من المعروف في الماضي أن رب الأسرة هو الكفيل الاقتصادي لجميع مطالب الأسرة ، ولكن مع التطور والمدنية وتنوع الحاجات أصبح لزاما على كل فرد في الأسرة بالمساهمة في الوظيفة الاقتصادية للأسرة مما يتطلب تعويد الأبناء منذ الصغر على تحمل المسؤولية وضرورة المشاركة الجادة والفعالة فيما يتعلق بميزانية الأسرة .

ولكي تتحقق الوظيفة الاقتصادية في الأسرة يجب مراعاة مايلي :

. مساهمة الأب والأبناء البالغين حسب الإمكانيات والخبرات في دخل الأسرة .

. مساهمة الأم في الدخل عن طريق العمل بداخل المنزل أو خارجه بما لا يتعارض مع وظيفة الأم الأساسية في التربية والتنشئة الاجتماعية للأطفال ورعاية شئون المنزل والزوج

. محاولة إيجاد فائض من الدخل تأمينا لمستقبل الأسرة ومواجهة الظروف الطارئة .

المطلب الثاني : الوظيفة النفسية والاجتماعية

أولا : الوظيفة النفسية [1]

وتختص هذه الوظيفة بتهيئة الجو النفسي في الأسرة والثقة المتبادلة والحب والتالف بين أفرادها وذلك لان الأطفال يتأثرون بالجو النفسي السائد في الأسرة وبالعلاقات القائمة بين الأب والأم وهم يكتسبون اتجاهاتهم النفسية بتقليد الآباء والأهل وأيضا بالخبرات التي تسيطر على المناخ الذي يحيا في إطاره الطفل . ولتكوين الشخصية السوية للأطفال وتحقيق السعادة وتنمية الشعور بالمسؤولية وحفظ كيان الأسرة يجب مراعاة ما يلي :

[1]-بنت صالح المالك حصة ، محمود نوفل ربيع ، مرجع سبق ذكره ص- ص 19- 20

- . عقد اجتماعات أسبوعية لجميع أفراد الأسرة لمناقشة شؤون الأسرة ودراسة مشاكلها عامة ومشاكل كل فرد من أفرادها ، مما يساعد على تقريب وجهات النظر وتحقيق المشاركة الوجدانية بين أفرادها .
- . إتاحة الفرصة لجميع أفراد الأسرة بالمساهمة الايجابية في رسم وتخطيط وتنفيذ برامج الأسرة .
- . تنمية معايير النضج النفسي عند أفراد الأسرة عن طريق تنظيم العلاقات بين الأب والأم، وبين الآباء والأبناء، وبين الأبناء وبعضهم البعض والاحترام والتقدير المتبادل بينهم .

ثانيا : الوظيفة الاجتماعية

تمثل الأسرة حجر الأساس في عملية التطبيع الاجتماعي لأفرادها حيث تعد الفرد للامتثال لمطالب المجتمع والاندماج في ثقافته وإتباع تقاليده والخضوع لالتزاماته ومسايرة الآخرين بوجه عام .وقد أكدت الأبحاث والدراسات على الأثر العميق للأسرة في تربية وتشكيل شخصية أفرادها وبالمقارنة بتأثير أية منظمة اجتماعية أخرى خاصة خلال مرحلة الرضاعة والطفولة المبكرة أي السنوات الخمس الأولى في حياة الفرد وذلك للأسباب الآتية :

- . إن الطفل في هذه المرحلة لا يكون خاضعا لسلطان جماعة أخرى غير أسرته .
- . يكون الطفل في هذه المرحلة سهل التشكيل وسهل التأثير عليه وشديد القابلية للتعلم ، وذلك نظرا لقلة خبرته ، بالإضافة إلا انه في حاجة دائمة إلى من يعيله ويرعى حاجاته العضوية والفسيولوجية .
- . إن هذه الفترة من حياة الطفل تكون حاسمة وخطيرة في تكوين شخصيته ، حيث أن ما يغرس في أثنائها من عادات واتجاهات وعواطف ومعتقدات يصعب تغييره فيما بعد ، ومن ثم يبقى أثرها ملازما للفرد في الكبر .

ويتوقف اثر الأسرة في عملية التطبيع الاجتماعي على عوامل عديدة منها :

- . وضع الأسرة الاجتماعي والاقتصادي ومستوى ثقافتها .
- . حجم الأسرة وتماسكها واستقرارها ومناخها العاطفي .[1]

المطلب الثالث : الوظيفة الجسمية والخلقية

- *أولا : الوظيفة الجسمية*

وهي أهم الوظائف خاصة في بداية حياة الطفل، فهي توفر الرعاية والعناية، والغذاء والملبس والتدفئة والراحة للطفل ، وسلامة الطفل رهن بتوفير الحد الأدنى من هذه الرعاية ، وللأمور المادية هنا الدور الكبير في تحقيق هذه الوظيفة .

- *ثانيا : الوظيفة الخلقية* [2]

يتلقى الطفل في المنزل القواعد الأولى للسلوك الأخلاقي ويتشرب الخصال التي فيه ، ايجابية كانت أو سلبية ، ففيه يتعلم الصدق أو الكذب ، الشجاعة والإقدام ، أو الجبن والرياء والكذب ، كما يتعلم التمييز بين المقبول اجتماعيا وغير المقبول ، وبذور التمييز بين الحلال والحرام ، ويتأثر بواقع العلاقة بين الأبوين وبقية أفراد الأسرة والمحيط ، والخلل في تلك العلاقة ينعكس سلبا على الطفل ، ويؤدي إلى فقدان التوازن الخلقي عنده ، والى اختلال المعايير الأخلاقية لديه ، فيشب مكبوتا ساخطا حاقدا ، متمردا أنانيا فوضويا مستهترا في علاقاته بالآخرين [3]

---

[1]-بنت صالح المالك حصة ، محمود نوفل ربيع ، مرجع سبق ذكره ص- ص 20- 21

[2]-عزي الحسين ، **الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس ، تخصص علم النفس الاجتماعي ، جامعة مولود معمري –تيزي وزو ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم النفس ، 2014/2013 ص- ص 65 - 66

[3]-عزي الحسين ، مرجع سبق ذكره ، ص 66

المبحث الثالث :المداخل النظرية لدراسة الأسرة

المطلب الأول : النظرية البنائية الوظيفية

تعتبر هذه النظرية من أكثر النظريات انتشارا وهي قائمة على فكرة مؤداها أن المجتمع مكون من أجزاء لكل منها وظيفة ، وان هناك تكاملا وتساندا بين جميع أجزاء البناء وترتكز على بناء الأسرة ووظائفها ، ومن أهم روادها " تاركوت بارسونز " ، " روبرت ميلتون " غير انه نجد جذور هذه النظرية في كتابات " اميل دوركايم " وقد لاقت البنائية الوظيفية قبولا لدى رواد دراسة الأسرة من أمثال " وليام وجبرن " و " بيرجس " حيث فهمت الأسرة كوحدة أو مؤسسة متكاملة الأدوار بها علاقات ممتدة في محيطها البنائي العام .

ومن الافتراضات التي تتعلق بدراسة الأسرة كنسق ، الفروض التي حددها كل من " هيل وهانس " والتي كانت كالأتي :

- يمكن تحليل السلوك الاجتماعي بصورة مرضية عن طريق معرفة إسهاماته في بقاء النسق الاجتماعي أو تبعا لطبيعته المندرجة تحت بناءات النسق .
- الإنسان الاجتماعي هو أساس صورة منعكسة للنسق الاجتماعي والفعل المستقل المبسط ذاتيا نادر وغير اجتماعي .
- الوحدة الأساسية المستقلة هي النسق الاجتماعي الكلي الذي يتكون من انساق فرعية مثل :
- انساق الأسرة والنظم الاجتماعية .
- يمكن دراسة أي وحدات فرعية للنسق الرئيسي
- يميل النظام الاجتماعي إلى التوازن .

ويعد المدخل البنائي الوظيفي أهم المداخل في دراسة الأسرة ، ويمكن إسقاط مفهومي البناء والوظيفة على الأسرة ، فيشير البناء الاجتماعي للأسرة إلى الطريقة التي تنتظم بها الوحدات

الاجتماعية والعلاقات المتبادلة بين الأجزاء ، أما الوظيفة فهي الدور الذي يلعبه البناء الاجتماعي الشامل ، هذا ويرى " ميردوك " في هذا الشأن أن عالمية الأسرة النواة ترجع إلى أنها تقوم بوظائف هي : التنشئة الاجتماعية ، التعاون الاقتصادي ، الإنجاب والعلاقات الجنسية .[1]

والأسرة بالنسبة " لبارسونز " هي بمثابة نظام تندمج فيه نظم فرعية لا يتسنى فهمها دون الرجوع إلى النظام الشامل باعتبارها نظاما فرعيا معرضة من ناحية التغيرات التي تطرأ على المجتمع الكبير فالتأثيرات التي تحدث في الأسرة وردود الأفعال هي انعكاسات للظروف الجديدة والقيم الثقافية الجديدة هذه القواعد قد تنشا في تاريخ النظام الفرعي وتعكس قيما تقليدية ، هذا وقد سعى " بار سونز " لمناقشة وظائف الأسرة باعتبارها نسق فرعي يرتبط بأنساق فرعية أخرى وهذا ما أكد عليه بار سونز في عملية الاستقرار والمحافظة على النسق الأكبر .

المطلب الثاني : نظرية الصراع

تعتبر هذه النظرية من النظريات الاجتماعية التي اهتمت بدراسة الأسرة إذ حاول علماؤها تطبيق مبادئهم في دراسة الزواج والأسرة ، لذا وجه أنصار هذه النظرية اهتمامهم للكشف عن كيفية استغلال الأفراد داخل الأسرة قوتهم في سبيل تحقيق أهدافهم وغاياتهم ، لكنهم لم يعتبروا العلاقات الأسرية كنوع من الصراع الطبقي ، حيث الرجل يمثل الطبقة الحاكمة ، والمرأة تمثل الطبقة المحكومة ولكنهم حاولوا معرفة كيف يحاول كل فرد من أفراد الأسرة استغلال إمكانياته المتاحة للوصول إلى غاياته .وحاول أصحاب هذا المدخل دراسة العلاقات الزوجية والعلاقات الو الدية بين أفراد الأسرة الواحدة واعتبروا أن الصراع داخل الأسرة ما هو

[1]1- قارة ساسية ، **الأسرة والسلوك ألانحرافي للمراهق** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص علم اجتماع التربية ، جامعة منتوري قسنطينة ،الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، 2011/ 2012 ص- ص 36 39

إلا شكل من أشكال استخدام القوة ضد الآخرين محاولين معرفة مصادر قوة كل فرد من أفراد الأسرة ، وكيف يستغلها في التأثير على اتخاذ القرارات .

ومن ابرز ممثلي هذا المدخل " كارل ماركس " و " انجلز " حيث عكست تصوراتهم عن الأسرة كغيرهم من علماء القرن التاسع عشر ، عندما حاولا دراسة الأسرة منظور تطوري تاريخي وربطها بأنماط الإنتاج المتغير ، فلقد ناقش انجلز خلال دراسته للتاريخ البشري كل من العلاقات الجنسية وعمليات إنجاب الأطفال ، كما حددت أيضا نظم الزواج والحياة الأسرية والسبب يرجع إلى سيطرة الطبقات الحاكمة والمالكة لوسائل الإنتاج ، ولكن خلال عقد الستينات والسبعينات ظهرت مجموعة من الكتابات والتحليلات الماركسية ، التي حاولت إن تحلل طبيعة البناء الأسري أو النظام الأسري في المجتمعات الرأسمالية ، ومحاولة الطبقات الرأسمالية إعادة وضع التشريعات الاجتماعية والانتقادية والتلقائية من اجل حماية مصالحها وحرصها الشديد على امتلاك الثورة ، والتحكم في وسائل الإنتاج ، ومن ثم أصبحت الأسرة باعتبارها الوحدة الاجتماعية المنتجة لسلع الرأسمالية الأساسية . [1]

المطلب الثالث : النظرية التفاعلية الرمزية

ويركز هذا الاتجاه على دراسة العلاقات بين الزوج والزوجة وبين الوالدين والأولاد ، فهو ينظر إلى الأسرة على أنها وحدة من الشخصيات المتفاعلة لان الشخصية في نظر أصحاب هذا الاتجاه ليست كيانا ثابتا ، بل هي مفهوم ديناميكي ، والأسرة هي شئ معاش ومتغير وتام ، فاتجاه التفاعلية الرمزية يفسر الأسرة من خلال عملية التفاعل ، وهذه العمليات تتكون من أداء الدور ، وعلاقات المكانة ومشكلات الاتصال ، ومتخذي القرارات وعمليات التنشئة فالتركيز هنا يكون على الأسرة كعملية وليست كوحدة استاتيكية بالإضافة إلى ذلك تعد هذه النظرية ذات منطلق نفسي واجتماعي تستند إلى أعمال " جورج هربرت ميد " و" هربرتبلومر " و"ارفنجكوفمان " حيث يركز هؤلاء على كشف العمليات الاجتماعية التي

[1]- قارة ساسية ، مرجع سبق ذكره ، ص- ص 40 - 42

تقوم داخل الأسرة واستقصاء الأفعال المحسوسة للأشخاص مركزين على أهمية المعاني وتعريفات المواقف والرموز والتفسيرات ذلك أن التفاعل بين بني الإنسان وفقا لهذه النظرية يتم عن طريق استخدام الرموز وتفسيرها والتحقق من معاني أفعال الآخرين وعند استخدام هذه النظرية كمدخل يعني ذلك التركيز على دور العلاقات الحميمة داخل الأسرة في التأثير على تفكير الفرد وعلى التفسيرات والمعاني التي يكونها على المواقف المختلفة ، ولا يوجه علماء التفاعل الرمزي اهتمامهم لفكرة الربح والخسارة ودورهما في توجيه سلوك الأفراد ، كما يرى ذلك زعماء التبادل الاجتماعي ، لأنهم لا يؤمنون بان السعي وراء الربح هو المبدأ الأساسي الذي يوجه سلوك الفرد ، ولكن المهم هو فهم الفرد وتفسيره للمواقف عقليا ، فلإنسان الوليد حسب هذا المدخل هو شبه اجتماعي وليس بالكامل ، ويتحول هذا الأخير إلى كائن اجتماعي بعدما يخضع إلى مؤثرات عملية التفاعل الاجتماعي التي تحصل بينه وبين أسرته عبر التنشئة الاجتماعية التي يتعلم بها ويكتسب دوره وادوار الآخرين وتصوراتهم نحوه .[1]

المبحث الرابع : العلاقات الأسرية

المطلب الأول : العلاقات بين الزوجين

وتجمع بين علاقات الصداقة ، والميل الجنسي ،وعاطفة الحب ، كما تضمن علاقات أخرى بين الزوجين مبنية على ما يشتركان فيه من أهداف وأمال فقد تتكون بين الزوجين علاقات متصلة بالنواحي الاقتصادية أو الاجتماعية الأخرى . ولا يصح أن ينظر الشاب والفتاة إلى العلاقات الزوجية على أنها علاقة جنسية فقط ..نعم ، إن العلاقات الجنسية جانب أساسي في الحياة الزوجية لكنها ليست كل شي . وكلما تقدمت الحياة الزوجية شعر الزوجان بقوة[2]

---

[1]1- قارة ساسية ، مرجع سبق ذكره ، ص 43

[2]2- احمد عبد اللطيف أبو اسعد ، سامي محسن الختاتنة ، **سيكولوجية المشكلات الأسرية** ، ط 1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2011 ، ص 45

الرباط الذي يجمعهما في حياة الأسرة التي كوناها ، بحيث تتحد أهدافهما وتتلاشى بالتدريج فردية كل منهما في سبيل إسعاد الأسرة كلها .[1]

1. واجبات الزوج :

تتلخص واجبات الزوج التي هي حقوق للزوجة عليه في الأتي :

- الإنفاق على الزوجة : حتى لو كانت ذا مال ، فالزوج مسؤول عن توفير كل ما تحتاجه الحياة الزوجية من مسكن ومطعم وكسوة في حدود استطاعته المالية ، قال تعالى (لينفق ذو سعة من سعته ومن قدر عليه رزقه فلينفق مما أتاه الله) وقال (أسكنوهن من حيث سكنتم من وجد لكم) أي على قدر إمكاناتكم
- حسن العشرة : فقد أمر سبحانه وتعالى بذلك فقال (وعاشروهن بالمعروف) ونهى عن الإساءة إليها . فقال (ولا تضاروهن لتضيقوا عليهن) ، ومن حسن العشرة عدم تكليف الزوجة مالا تطيق من المسؤوليات ، ومشاركتها في أعمال المنزل ، وتعيين خادم لها ، إذ كان الزوج موسرا ومشاورتها في أمور الأسرة وملاطفتها ، ومن حسن العشرة حسن الضن بالزوجة ، والثقة فيها ، وترك التجسس عليها
- أن يحب لها ما يحب لنفسه : ويسعى إلى تنميتها ، ويشجعها على عمل ما ينفعها ، ولا يؤذيها إذا ما أخطات ، ولا يهينها إذا كره منها شيئا ، ولا يعرض عنها ويتركها كالمعلقة (لا زوجة ولا مطلقة) للإضرار بها . فالمؤمن لا يظلم زوجته فان كره منها خلقا رضى منها أخر . ولا يهجرها إلا في البيت وعند الضرورة ولا يخاصمها فوق الثلاثة أيام ولا يغيب عنها مدة طويلة حتى لا يؤذيها ويحرمها من إشباع حاجاتها في تفاعلها معه [2]

2[1]- احمد عبد اللطيف أبو اسعد ، سامي محسن الختاتنة ، ص 45

1[2]- كمال إبراهيم مرسي ، **العلاقة الزوجية والصحة النفسية** ، ط 1 ، دار القلم للنشر والتوزيع ، الكويت ، 1991 ، ص - ص 152 ،156

2. واجبات الزوجة :

وتتلخص واجبات الزوجة الشرعية التي هي حقوق للزوج عليها في الأتي :

- طاعة الزوج : في غير معصية الله ، فالزوجة الصالحة هي التي إذا نظر إليها زوجها سرته وإذا أمرها إطاعته وإذا غاب عنها حفظته في نفسها وماله . وطاعة الزوجة لزوجها طاعة إرادية ليس فيها قهر ولا إذلال لأنها طاعة عبادة ترفع من قدرها عند ربها فعليها طاعة زوجها في حقوقه الزوجية وليس عليها طاعته في الصرف من مالها لأنه أمر يخصها هيا
- الرعاية في بيت زوجها : فتحفظ له ماله وحياته الاجتماعية ، ولا تكلفه مالا يطيقه في المعايش ولا تؤذي شعوره ولا تقطع عنه ما يحب ولا تدخل عليه ما يكره ، ومن الرعاية في بيت الزوج معاونته في تدبير شؤون البيت ، ومشاركته في تربية أولادهما ولا تأذن في بيته لمن يكره
- حسن العشرة : فتعمل ما يرضي زوجها وتمتنع عن عمل ما يغضبه وتشعره بفضله عليها ، قال صلى الله عليه وسلم " لا ينظر الله تبارك وتعالى إلى امرأة لا تشكر لزوجها وهي لا تستغني عنه
- ومن حسن العشرة أن تكرم أهل زوجها فتبر والديه
- أن تحبس نفسها على زوجها : فلا يشاركه فيها احد وان تقنت في بيته ، وان تكون طوع أمره ما أطاع الله ، ولا تخرج من البيت إلا بإذنه
- أن تحب له ما تحب لنفسها : فتشجعه على النجاح في عمله أو دراسته ، وتسعى معه في بناء مستقبله ، وتحسين مكانته ، ورفع مستوى معيشته .[1]

1[1]- كمال إبراهيم مرسي ، مرجع سبق ذكره ، ص156

المطلب الثاني : العلاقات بين الآباء والأبناء

1. الاتجاهات الوالدية في التنشئة :

تؤثر الاتجاهات الوالدية في التنشئة تأثيرا بالغا على نمو شخصية الفرد وصحته النفسية فالاتجاهات المشبعة بالحب والقبول والثقة تساعد الطفل على أن ينمو كشخص يحب غيره ، ويتقبل الآخرين ويثق فيهم ، وان الاتجاهات الوالدية السالبة مثل الحماية الزائدة أو الإهمال ، والتسلط ، وتفضيل الذكر على الأنثى

فالبيت أو بيئة الطفل ، هو الذي يهيئ نمط اتجاهاته نحو الناس ، والأشياء والحياة عموما فضلا عن أن الفرد يتوحد مع أعضاء الأسرة الذين يحبهم فيقلد سلوكهم ويتعلم أن يتوافق بالحياة على غرارهم ، والذي يحدد سلوك الأبناء ، ثلاث متغيرات والدية هي شخصية الوالد واتجاهاته ، وسلوكه .

ومن أهم الاتجاهات الوالدية في التنشئة ما يلي :[1]

أ. اتجاه التسلط والقسوة : ويتمثل في فرض رأي الوالدين على الطفل والوقوف أمام رغباته التلقائية ، والحيلولة دون تحقيقها وكذا استخدام أسلوب العقاب البدني أو التهديد به

ب . اتجاه النبذ والإهمال : ويتمثل في الرفض الوالدي للطفل رفضا صريحا أو ضمنيا مع تركه دون إثابة على السلوك المرغوب وكذلك عم المبالاة أو الاهتمام بإشباع حاجات الطفل

ج . اتجاه التدليل والحماية الزائدة : ويتمثل في تلبية جميع رغبات الطفل كما يحب ويهوى بشكل فيه نوع من الإفراط والمبالغة ، حتى لو تعارض مع القيم والمعايير الاجتماعية .

د . اتجاه التقبل والاهتمام : ويتمثل في تقبل الوالدين للصغير لذاته بشكل يؤكد على أهميته والرغبة في وجوده

2[1]- خليل محمد محمد بيومي ، **سيكولوجية العلاقات الأسرية** ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2000 ، ص ص 73 ،74 -

هـ . السلوك التوافقي : فالتوافق عملية دينامكية مستمرة يهدف بها الشخص إلى أن يغير سلوكه ليحدث علاقة أكثر توافقا بينه وبين بيئته الطبيعية ، وتؤثر الاتجاهات الوالدية في التنشئة على نمط شخصية الأبناء وعلى توافقانهم حيث يلعب النموذج التوافقي دورا في تحديد الأساليب التوافقية التي يتبناها الأفراد في تفاعلهم مع المواقف التوافقية المختلفة .

وعلى هذا يميل الأبناء الذين يستخدم معهم أساليب تنشئة غير سوية لإظهار مستوى مرتفع من سوء التوافق الاجتماعي .

2. التوصيات والتطبيقات النفسية والتربوية : [1]

أولا : بالنسبة للاتجاهات الوالدية في تنشئة الأبناء :

1. ضرورة تبنى الآباء لاتجاهات تنشئة والدية سوية تقوم على :

أ . الحب والتقبل والاهتمام

ب . المساواة والعدالة

ج . المرونة والحزم

2. ابتعاد الآباء عن الاتجاهات السالبة في التنشئة تلك التي تقوم على :

أ . النبذ والإهمال

ب . التدليل والحماية الزائدة

ج . التفرقة والتفضيل

د . التسلط والقسوة

[1]- خليل محمد محمد بيومي ، مرجع سبق ذكره ، ص ـ ص 74 ، 127

ثانيا : بالنسبة لإشباع حاجات الأبناء :

أ . الاهتمام المتوازن بالحاجات الأولية والثانوية للأبناء

ب . إشباع الحاجة للانتماء بالحب ، وإشباع دافع الأبوة والأمومة والبنوة ، وإشعار الأبناء بالمرغوبية

ج . عدم حرمان الأبناء عاطفيا من حنان الوالدين جزئيا أو كليا بالعمل أو السفر أو الانشغال بأي شي عنهم

ثالثا : بالنسبة لأساليب السلوك التوافقي : [1]

أ . تدعيم استخدام العقل والمنطق والروية في حل المشكلات

ب . تقديم نماذج سلوكية سوية للتوافق مع المواقف المختلفة

ج . عدم القيام نيابة عن الأبناء بحل مشكلاتهم ، التي في مقدورهم حلها بأنفسهم .

المطلب الثالث : العلاقات بين الإخوة

يمكن أن نلاحظ بطبيعة الحال ما ينشأ بين الإخوة من غيرة وتنافس ، وقد تنشأ الصداقة والعلاقات الصحية كما قد تنشأ الكراهية الصريحة وتعتمد الصورة التي تحول إليها الغيرة والمنافسة على المواقف الأسري العام والعلاقات بين الأبوين .

وفي بعض الأسر قد يستخدم هذا التنافس كأداة للإثارة والحث بين الإخوة كما قد تنقسم بعض الأسر إلى الجماعات ، ولا جدال في أن المعيشة بين الإخوة بمثابة مدرسة تقدم كثيرا من الدروس ، وقد تعتبر المعيشة بين الإخوة مدرسة شاقة يمضي فيها الطفل ساعات طويلة

1- خليل محمد محمد بيومي ، مرجع سبق ذكره ، ص 128

من التدريب والتعليم مع احتمال قيام كثير من الصراعات كما تستدعي مثابرة مستمرة ، وهذا كله له مردوده السيء على الأبناء في داخل تلك الأسرة .

وحاليا أصبح الدارسون لحياة الأسرة لا يهتمون كثيرا بعدد الأشخاص الذين يعيشون في كل حجرة بقدر اهتمامهم بمقدار التفاعل ونوع العلاقات المتبادلة بينهم في مكان معين ، ويختلف حجم التعامل ونوع العلاقات المتبادلة إلى حد كبير بإضافة كل عضو جديد إلى جماعة الأسرة .[1]

المطلب الرابع : العلاقات الأسرية في الإسلام

1. من أسس النجاح في الحياة الزوجية :

إن الرجوع إلى النصوص الشرعية التي ترسم صورة الحياة الزوجية يمثل الأساس المتين لها ومن ذلك قوله تعالى (ومن آياته أن خلق لكم من أنفسكم أزواجا لتسكنوا إليها وجعل بينكم مودة ورحمة) الروم21

إن الزواج هو بحث عن السكن النفسي والسكن الجسدي ليتمتع الإنسان بالاستقرار ويلبي حاجاته الطبيعية ، ومن مستلزمات هذه الحياة المودة والرحمة وهما مطلوبان من الطرفين ، والسكن والمودة والرحمة تتجسد في موقف وسلوك ، ولكن من المهم كذلك أن تتسلح الزوجة بالقناعة وغنى النفس وبخاصة في زمن تبرجت فيه متع الدنيا وزينتها ، ولتتذكر الزوجة قول النبي صلى الله عليه وسلم " ليس الغنى عن كثرة العرض ولكن الغنى غنى النفس " ، وهذا أساس مهم من أسس استقرار الحياة الزوجية ونجاحها

إن من أسس نجاح الحياة الزوجية إن يكرم الرجل زوجته .. وهذا ما بينه قول النبي صلى الله عليه وسلم " أكمل المؤمنين إيمانا أحسنهم خلقا ، وخياركم خياركم لنسائهم " .

---

[1]2- احمد عبد اللطيف أبو اسعد ، سامي محسن الختاتنة ، مرجع سبق ذكره ، ص - ص 244 ،245

إن حسن الخلق والخير أمران زائدان عن توفير المطالب المادية التي كثيرا ما يتمسك بعض الرجال بأنها هي حق المرأة فيقول ما تزيد المرأة أكثر من الطعام والكسوة والبيت والعشرة الزوجية ؟[1]

تقوم العلاقة الزوجية كما– رسمها الله – على أساس أنها حق يقابله واجب فالرجل حقوق على زوجته وعليه لها واجبات ، وبذلك تقوم تلك الحياة على قواعد راسخة من التقدير والمحبة ويكتب لها الدوام والاستمرار ، لأنها حياة ساهم فيها كل من الزوجين بحسب قدراته فلم يتحمل العبء واحدا دون الأخر

قال تعالى : " ولهن مثل الذي عليهن بالمعروف " سورة البقرة227

فلكل من الزوجين حق الاستمتاع بصاحبه ، استجابة لداعي الفطرة [2]، وطلبا للنسل الذي هو المقصود الأسمى لهذه العلاقة ، يقول الله تعالى :

" والذين هم لفروجهم حافظون إلا على أزواجهم أو ما ملكت إيمانهم فإنهم غير ملومين" سورة المؤمنون 5–6

2. الوالدان والأولاد :

لاشك في أن للأولاد حقوقا كما عليهم واجبات ولكن واجباتهم أعظم من حقوقهم ، وكما انه يطلب منهم أن يؤدوا الواجبات فان من حقهم نيل حقوقهم ، والفارق كبير بين أداء الأولاد لحقوقهم وأداء الآباء لها الوالدان يؤديان حقوق الأولاد بفطرة ومحبة وإقبال ... وقد يؤدي بعض الأولاد حقوق الوالدين بثقل وأداء للواجب .. يروى أن رجلا جاء إلى عمر بن الخطاب رضي الله عنه فقال له :

1[1]- مأمون فريز جرار ، **العلاقات الأسرية** ، ط 1 ، دار الإعلام ، الأردن ، 2006 ، ص – ص 29 ، 31
2[2]- محمد عبد السلام محمد ، **العلاقات الأسرية في الإسلام** ، ط 2 ، الكويت ، 1987 ص 141

إن لي أما بلغ منها الكبر أنها لا تقضي حاجتها وظهري لها مطية فهل أديت حقها ؟ قال : لا لأنها كانت تصنع بك ذلك وهي تتمنى بقاءك وأنت تصنعه وتتمنى فراقها .

3. صلاح الدين وفساد الذرية :

وضع النبي صلى الله عليه وسلم لمن يقبل على الزواج أساسا يقيس عليه الزوجة ..فقال " ما استفاد المؤمن بعد تقوى الله خيرا له من زوجة صالحة ، إن أمرها أطاعته ، وان نظر إليها سرته ، وان غاب عنها حفظته في نفسها ومالها " وجاء في حديث أخر : " فاظفر بذات ترتب يداك " هذا التوجيه النبوي لابد أن يثمر في إقامة أسرة صالحة طيبة ترفرف عليها السعادة ويجد كل من الزوجين لدى الأخر السكن والمودة والرحمة لابد أن يكون الأب على علم بكل ما يجري ولكن لابد أن يكون للام دور تنفيذي في معالجة كثير من المشكلات ..وعليها أن تتشاور دائما مع الأب في كل ما يعين على إخراج ذرية صالحة إن " الصلاح " قد يصبح وهما لدى بعض الآباء والأمهات يحول بينهم وبين إخراج أبناء صالحين كما يحبون .

ولذا نراهم يلقون بتبعة " فساد الأبناء " على المجتمع والصحبة .. وينسون أنفسهم .. وتلك إحدى مشكلات الحياة بعامة ، والحياة الأسرية بخاصة .. نسيان التقصير الذاتي والقيام بنقد الذات . [1]

1- مأمون فريز جرار ، مرجع سبق ذكره ، ص - ص 123 ، 131

خاتمة الفصل :

وأخيرا وليس أخرا نخلص القول أن الأسرة إحدى العوامل الأساسية التي تعبر عن مجتمع متكامل من عادات وتقاليد وهذا ما توافقه النظريات التي درست الأسرة ، وقد ساهمت بالوظائف في تشكيل واستقرار العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة من خلال دراسة العلاقات الأسرية بين الزوجين والآباء والأبناء والإخوة .

الفصل الثاني : الاشهار التلفزيوني

تمهيد:

يجب الإشارة في البداية إلى ماهية الإشهار بصفة عامة ثم التطرق إلى الإشهار التلفزيوني هذا ما سنتطرق إليه في هذا الفصل و كيف سنقسمه حسب وظائفه و أهدافه و كيفية إعداده وذلك بالتطرق لمراحل إعداده و القوالب الفنية لكتابته، وباعتباره عملا فنيا متكاملا سنقوم بالتحدث عن الأساليب إلاقناعية المستخدمة فيه بالإضافة للسيميولوجيا التي تمكننا من تحليله و إبراز أهداف المنتجين.

المبحث الأول : ماهية الاشهار

المطلب الأول: تعريف الإشهار

يعرفه قاموس la rousse على انه نشاط يهدف إلى جعل العلامة التجارية معروفة ، يشجع الجمهور على شراء منتج و استخدام خدمة . أما من الناحية الاصطلاحية فهو أداة تخدم جهات معينة ويساعدها على تحقيق أهدافها من خلال تقديم المعلومات بطريقة فنية و السعي لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية و إقناعه بامتياز منتجاتها ، و الإشهار لا يتوقف عند مد المتلقي بالمعلومات وإنما يسعى إلى التأثير على اتجاهاته وسلوكياته، ، مع ملاحظة ضرورة توفر الجانب المعلوماتي مما يجعله نشاطا إيجابيا للمستهلك و غيره من المستقبل للرسائل الإعلانية ليصل في النهاية إلى أهداف المعلن التي منها الوصول إلى رد الفعل المادي والذي يسهل ملاحظة الإقبال على الشراء ويقوم أيضا بالحفاظ على مكانة السلعة ودوام التذكير بها .[1]

1[1]- منى الحديدي، **الإعلان**. ط1،الدار المصرية اللبنانية،القاهرة.1999،ص - ص ،18،.19

المطلب الثاني: أنواع الإشهار

وهو يتنوع حسب الوسيلة أو الدعامة المشهر بواسطتها:

*الإشهار المسموع: يتم من خلال الكلمة المسموعة في الإذاعات، الندوات...الخ وتعد الكلمة المسموعة أقدم وسيلة استعملها الإنسان في الإشهار، حيث تتميز بطريقة أدائها ويتميز الصوت بقدرته على التأثير من خلال ما يحمله من خصوصيات في التنغيم والإيقاع والجهر والهمس كما يمكن مصاحبته بالموسيقى لتزويده بطاقة كبرى على الإيحاء والوهم والتخيل واستثارة الحلم.

1. الإشهار المكتوب: ويتخذ وسيلة لنشره الصحف المجلات ، الكتب، النشرات الملصقات على جدران المدن أو الساحات حيث يكثر الناس..الخ، ويتمثل الإشهار المكتوب في:

- الاشهارات المطبوعة: (اشهارات الصحف والمجلات، الدوريات، الملصقات(
- الاشهارات غير المباشرة: المطويات والكتيبات التي تسلم وترسل لأشخاص بعينهم.
- الاشهارات الخارجية: اشهارات الشوارع والمعارض والاشهارات في وسائل النقل العامة

2. الإشهار السمعي البصري: وسيلته الأساسية التلفزيون والسينما، يتم بالصورة واللون والموسيقى وطريقة الأداء والحركة والموضوع، فهو عبارة عن ميكروفيلم*يتعاون على إنتاجه وانجازه فريق عمل متخصص في الإخراج، الديكور والأثاث، الحلاقة، التجميل والإضاءة، التسجيل وضبط الصوت، التركيب والتمثيل.

- الإشهار الالكتروني: يتمثل في الإشهار على شبكة الانترنيت، وقد زادت أهميتها بازدياد أهمية شبكة المعلومات العالمية كوسيط إعلامي هائل وتطورت إعلاناتها

حتى وصلت إلى المستوى المتقدم والمتطور الذي نراه اليوم، إضافة إلى الإشهار على شاشة الهاتف النقال بعد ازدياد عدد مستخدميه حول العالم.[1]

- حسب نوع الرسالة الإشهارية المتضمنة

أ. إشهار تجاري: ارتبط بالاستثمار والمنافسة، لذلك ارتبطت استراتيجيات الإشهار بالتسويق.

ب . إشهار سياسي: ويرتبط بالتعبير عن الأفكار والآراء المختلفة، ومحاولة التأثير على الرأي العام بتقديم الإشهار في شكل يبرز أهمية الرأي، بأنه هو الأحسن والأفضل من بين كلّ الآراء الأخرى المتواجدة في الساحة، كما هو الحال في الدعاية للحملات الانتخابية. إشهار

ج . اجتماعي: يهدف إلى تقديم خدمة أو منفعة عامة للمجتمع مثل الإشهار عن مواعيد تلقيح الأطفال أو الدعوة إلى الوقاية والحذر من أمراض معينة أو حوادث المرور.[2]

الإشهار حسب المعلن: هناك نوعان من المعلنين، أحدهما معلن على المستوى القومي أو يوجه إشهاراته إلى المستهلكين عموما، المنتشرين في جميع أنحاء السوق، و الآخر معلن على المستوى المحلي أي يوجه إشهاراته إلى المستثمرين المرقبين ليفضلوا شراء هذه السلع من محلاتهم.

- التصنيف الإشهاري طبقا للمجال الجغرافي:

يمكن القول أن الانتشار الجغرافي يعتبر أحد المداخل التي يجب أن ينظر إليه بعين الاعتبار في التقييم النوعي للإشهارات المخططة، و في هذا الصدد يمكن تصنيف الإشهار إلى الأنواع التالية:

---

[1] 1ـالدسوقي،محمد السيد. **الصور الاشهارية**، دراسة في بلاغة الخطاب البصري للجسد الأنثوي في الشعر العربي القديم،مجلة الدراسات الشرقية،العدد45،الشرقية،مصر،2010،ص60.

[2] 2ـفنور بسمة ، **الرسالة الاشهارية في ضل العولمة** ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال و العلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر،2007، ص ص85 ،86.

- الإشهار المحلي : فقد تكون المنطقة التي يغطيها الإشهار محلية، مثل أن يستهدف الإشهار جمهور منطقة محددة أو مدينة معينة، و الغرض الأساسي من ورائه يكمن في إحداث تأثيرات مخططة لعملاء معينين في مناطق محددة.
- الإشهار القومي : بمعنى أن يستهدف الإشهار جمهور دولة بكاملها، و ذلك من خلال وسائل الإعلام المختلفة للمستهلكين المتواجدين كامل الدولة.
- الإشهار الإقليمي:

و نعني بهذا النوع من الإشهار، أنه يدخل ضمن الجمهور المستهدف جماهير تنتمي إلى أكثر من دولة تربطها، رابطة إقليمية مثل : منطقة الشرق الأوسط، المغرب العربي، أو دول مجلس التعاون الخليجي.

- الإشهار الدولي : و هذا يعني أن الحملة الإشهارية تشمل جماهير عبر الحدود الدولية للتعرف بسلع و خدمات داخل دولة ما لعملاء مقيمين خارج حدود تلك الدولة، فعلى سبيل المثال : الحملة الإشهارية لكوكا كولا تشمل حملة تتجاوز الحدود القومية و الإقليمية، لتكون هذه الإشهارات دولية .[1]

المطلب الثالث : أهداف ووظائف الإشهار

1. أهداف الإشهار:

الأهداف الإدراكية (cognitifs objectifs les) أي التعريف بالمنتج ونقصد به التعريف بوجود السلعة أو الخدمة، مميزتها كيفية استعمالها، وكذلك تزويد المستهلك

[1] 1-خميسة عادل، **المضامين الاشهارية في الصحافة الجزائرية الخاصة** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص اتصال و علاقات عامة ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي ،أم البواقي، الجزائر ،2014،ص - ص28،29.

بمعلومات وبيانات تساعده على اكتشاف جوانب كثيرة يجهلها عن السلعة أو الخدمة.[1]

- الأهداف العاطفية (affectifs objectifs les)أي الترغيب بمعنى خلق علاقة عاطفية بين المستهلك والمنتج، كما يهدف إلى تغيير رغبات المستهلك، وهذا طبعا من الصعب لأنه يعتمد على سلوك الفرد والذي تؤثر عليه عوامل كثيرة منها: الظروف الاجتماعية، الثقافية، القدرة الشرائية، والاحتياج الفعلي...
- الأهداف السلوكية (conatifs objectifs les)أي تحريك رد فعل المستهلك و نعني به مستوى استجابة المستهلك، أي دفعه إلى اتخاذ قرار الشراء، أو طلب معلومات أكثر عن المنتج وفيما بعد عملية الشراء أي تغيير السلوك الفعلي للمستهلك.[2]

2. وظائف الإشهار:

أ .الوظيفة التعريفية identificatrice fonction La . وهي الوظيفة الخطابية التي تعرف بالمنتج و تميزه عن جملة المنتجات الأخرى.

ب .وظيفة المدح laudative fonction La وهي الوظيفة الخطابية التي تسند إلى الموضوع(المنتج) ميزة معينة و تمدحه بخصال معينة.

ج .وظيفة المجاز و التنغيم ludique fonction La وهي اللعب بالأصوات و المعاني بهدف خلق نوع من الغرابة التي تشد انتباه المتلقي.

د .الوظيفية التذكيرية mnémotechnique fonction La وهي الوظيفة التي تهتم بترسيخ اسم المنتج في ذاكرة المتلقي، لتضمن اشتهاره و مداومة المستهلكين على اقتنائه. لأداء مهمته الأولى، المتمثلة في الإقناع والبعث على الفعل الاستهلاكي.[1]

2[1]-منصوري خيرة مونية،بن عمار أمال، **الاشهار في الجزائر دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الجزائرية، المجلة الجزائرية للاقتصاد و الإدارة**، 2021،ص 394

1[2]-منصوري خيرة مونية،بن عمار أمال، مرجع سبق ذكره،ص394.

المبحث الثاني: الإشهار التلفزيوني و أساليبه في جذب انتباه الجمهور

المطلب الأول: عناصر الإشهار التلفزيوني:

تتمثل عناصر الإشهار فيما يلي:

- العناصر المرئية: تتضمن كل شيئ يتم رؤيته على شاشة التلفزيون كالديكور و الأزياء و الإضاءة و المكياج و الألوان و الرموز ...الخ.
- الصوت: يمكن تقسيم الصوت إلى ثلاث عناصر أساسية و هي:

1- الصوت البشري: قد يستخدم مباشرة لشرح مميزات المنتوج للمشاهدين أو أن يكون عبارة عن حوار بين الأشخاص .

2- الموسيقى: تستخدم الموسيقى في الإشهار لعدة أسباب منها خلق مشاعر إيجابية ترتبط بالمنتج المعلن عنه أو خلق حالة نفسية إيجابية تجعل المستهلك أكثر قابلية للاستجابة للرسائل الإعلانية.

3- المؤثرات الصوتية:

تلعب المؤثرات الصوتية دورا خاصا في زيادة الإحساس بمشاعر معينة و تجعل المشهد أكثر واقعية و تنقسم إلى ثلاثة أنواع و هي:

- المؤثرات الصوتية البشرية كالصراخ و البكاء.
- المؤثرات الصوتية الطبيعية أي أنها مأخوذة من الطبيعة كصوت الرعد و المطر و خرير الماء.

---

[1][2] مالك محمد إسماعيل،ساكر سيدي محمد منور، **ترجمة عينة من المطويات السياحية المتحف العمومي الوطني للفن و التاريخ لمدينة تلمسان** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الترجمة، كلية الآداب و اللغات،قسم الترجمة، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر ، 2016،ص10.

- المؤثرات الصوتية الصناعية وهي على أشكال منها: يدوياً مثل الطرق على الأبواب، أو آلياً مثل إطلاق الرصاص، أو بمزج مجموعة أصوات مختلفة للحصول على صوت معين.[1]

4- الرسالة الإعلانية:

تحتوي على ما يلي:

-العناوين: ينبغي على من يقوم بكتابة الرسالة مراعاة أن يعمل بجهد حتى يتمكن من أن يحصل على انتباه المشاهدين .

-الرسالة التمهيدية: من الضروري هنا أن يتم إعادة تكرار اسم المنتج أو المعلن أو الفكرة أو الموضوع الرئيسي للإعلان، على أن يتم ذلك بصورة سريعة و غير مملة.

-الرسالة الرئيسية: وهنا يتم التركيز على الفكرة الاشهارية أو النقطة البيعية الرئيسية في الرسالة.

-خاتمة الرسالة: تنتهي الرسالة بدفع المشاهد إلى القيام بتصرف مباشر أو غير مباشر تجاه تلك الفكرة أو الخدمة المعلن عنها.[2]

المطلب الثاني: القوالب الفنية للإشهار التلفزيوني:

أولا: الأسلوب الإخباري

يكون هدف هذا النص هو البيع ، لذلك يطلق عليه النص البيعي المجرد يعتمد على معلومات واقعية ويعتبر من أكثر الأساليب إقناعا كما يطلق عليه الأسلوب التسجيلي للنص

[1] مالك محمد إسماعيل،ساكر سيدي محمد منور ، مرجع سبق ذكره ، ص 101

[2] 2- عزوز فاطيمة الزهراء، طالب أسيا،**دور الإشهار التلفزيوني في الترويج للخدمات داخل المؤسسات**،رسالة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع،جامعة محمد الصديق بن يحي ،جيجل، الجزائر ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،ص ص115-116،2020/2019.

الإعلاني لأنه يقدم سردا حقيقيا عن صناعة معينة أو تطور فكرة ما أصبحت سائدة بين الجمهور و المشاهدين، أو اكتشاف جديد يراد تعريف المشاهدين به و الهدف هو خلق صورة متميزة للشيء المعلن عنه وربط الجمهور به.

كما أنه يتخذ شكل الخبر العادي كما يتضح في اسمه بهدف إخبار الجمهور بشيئ ما .

ثانيا: الأسلوب الدرامي

يتبع عدة عناصر أساسية وهي:

1-العرض: ويتضمن الموقف الأساسي الذي بني عليه العمل الدرامي.

2-الصراع:وهو عبارة عن المشكلة التي يدور حولها العمل مع إظهار البطل ، كما يتم إظهار الخصم الذي يكون في أغلب الأحيان ليس إنسانا بل الحشرة التي تضايق الفرد أو الرائحة الكريهة... الخ.

3-تصاعد الأحداث: وتتمثل في زيادة الصراع بين بطل القصة و الخصم الموجود و يزداد التوتر و القلق.

4-الذروة: يوضح النص الإعلاني هنا كيف إن البطل الممثل في الصورة يمكنه من حل هذا المأزق، وكيف أن بظهوره تتغير كافة الظروف التي كانت سائدة من قبل.

ثالثا : أسلوب المشكلة و الحل

يأخذ شكل الأسلوب الدرامي لكن تصميمه يأخذ شكلين:

الأول: يتم عرض المشكلة الممثلة في الصعوبة التي يواجهها الفرد قبل استخدام السلعة أو الاستفادة من الخدمة، ثم تظهر السلعة لحل هذه المشكلة عن طريق بعض ميزاتها ويقدم النص ما يحصل عليه الفرد بعد الحصول على السلعة أو الخدمة.[1]

الثاني: أما الشكل الثاني لعرض القصة البيعية فهو توضيح الفوائد التي يحصل عليها المشاهد من استخدام السلعة ، وهنا تحذف المشكلة الأساسية .

رابعا: الأسلوب الاستشهادي

وهو يقوم على أساس شهادة مباشرة مقدمة من شخص ما توضح خصائص و مزايا السلعة، فقد أدرك المنتجون أنه لا يوجد شيء أكثر إقناعا بالنسبة للمستهلك من أن يقدم الإعلان في صورة نص استشهادي تدعمه الصورة المصاحبة و يقدمه خبراء أو شخصيات مشهورة أو مستهلكون عاديون بشرط إلا يلعب المعلن دورا في هذا المجال. [2]

المطلب الثالث: مراحل إعداد الإشهار التلفزيوني

هناك عدة مراحل يمر بها الإعلان التلفزيوني حتى يصل إلى ما نراه، وقد تم تقسيم هذه المراحل إلى:

1-المرحلة التحضيرية:

وتتضمن عملية الكتابة للكاميرا بحيث تحول المناظر إلى النص يحمك كل جزئيات المشاهد)ديكور، إضاءة ، زوايا التصوير ،حركات الكاميرا...(مع العلم أن كل عنصر يتم انتقاء حركاته الدلالية .

[1]- عدلى رضا،سلوى العوادلى،**الإعلان الإذاعي و التلفزيوني** ،دار القاهرة للنشر و التوزيع، ،مصر،2008،ص ـ ص 8 ، 84

[2]- المرجع نفسه ، ص84.

2-عملية التصوير:

تتضمن حركة عناصر المشهد و سير العمل الطبيعي بموقع التصوير.

3-عملية التركيب:

وهي اخر مرحلة يقع فيها انتقاء المشاهد و اللقطات و إدخال المؤثرات البصرية و الصوتية و فيها تجسد الومضة بشكل نهائي. [1]

المبحث الثالث: الأساليب الاقناعية في الإشهار التلفزيوني:

المطلب الأول : طرق الإقناع في الإشهار التلفزيوني

أهم طرق الإقناع المستخدمة في الأفلام الاشهارية أو في الومضات الاشهارية:

1. إثارة الانتباه: ويتم ذلك عن طريق خلق السيسبانس وبتغير وجهة نظر المشاهدة باستعمال كلمات جذابة وذات قيمة يستعمل كثيرا لاستفهام والتعجب يقوم بتوظيف محاجيات وألغاز وأسئلة يوظف كلمات خاصة.
2. الترسيخ والتذكير: يتجلى الترسيخ وجعل المشاهدة يتذكر المنتوج باستخدام التكرار والإعادة وكذا توظيف الكلمات الشعرية والأغاني لتسهيل حفظ العالمات.
3. إثارة المتلقي: وذلك بتوظيف العناصر البلاغية المختلفة كالاستعارة والكناية والتشبيه البليغ وغيرها ويتم هنا توظيف الحكاية والقصة والمؤثرات الصوتية الخاصة بالإثارة.
4. الإقناع: وذلك بتوظيف أكبر قدر من الحجج والبراهين واستعمال الشهادة والتدعيم بالأرقام والبيانات وإعطاء ضمانات وفسح المجال للاتصال المؤسسة صاحبة المنتوج.
5. جعل المنتوج مثاليا وخاليا وذلك بتمجيد المنتوج واختيار ألفاظ قوية تعبر على أن المنتوج في غالبية الإتقان النجاح والقوة وأن فعاليته مطلقة والمبالغة في ذلك.

[1]- رانيا ممدوح صادق، **الإعلان التلفزيوني**، دار أسامة للتشر و التوزيع، ،الأردن،2012،ص - ص26،27.

6. مدح المنتوج والتفاخر به: اختيار أحسن الكلمات التي تعبر على أن المنتوج هو الأحسن في جودتي السوق.[1]

المطلب الثاني: الأساليب الاقناعية المرتبطة بالشكل:

- حيز الإعلان :

حيث تؤكد الدراسات أنه كلما خصص حيز زمني كبير للإعلان كلما زادت قيمته .

- استخدام الصور و الألوان :

يتم التعبير عن الأفكار الإعلانية للمستهلك المرتقب إما عن طريق استخدام الكلمات أو من خلال التعبير بالصور و الرسوم ، إلى أن الخبراء في الإعلان يعتبرون استخدام الصور و الرسوم عنصرا أساسيا في جذب الانتباه و إثارة الإهتمام بموضوع الإعلان حيث يمكن توصيل الكثير من المعاني و الدلالات باستخدام الصور ،فالصورة تجذب الجمهور وتضفي واقعة على السلعة.

- الإضاءة:

للإضاءة أهمية كبيرة في التعبير عن الرسالة الإعلانية ، و التعبير عن دلالة معينة تأثر في الجمهور المستهلك تأثيرا سيكولوجيا يساعد على الوصول إلى الهدف من العملية الإعلانية.

- إخراج الومضة التلفزيونية: و تشمل المراحل التالية:

–المرحلة التحضيرية : و تتضمن عملية الكتابة و للكاميرا ، إذ يتم تحويل المشاهد إلى نص يتضمن ، الديكور ، حركات الكاميرا ، زوايا التصوير ، إضاءة ... .

[1]1- بوعزيز مريم، **أساليب الاقناع في الاشهار التلفزيوني** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ،تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة محمد بوضياف،المسيلة، الجزائر، 2018،ص

-عملية التصوير : تتضمن حركة عناصر المشهد و سير العمل الطبيعي بموقع التصوير (كاميرا وممثلين)

-عملية التركيب : و هنا يتم اختيار المشاهد و اللقطات و إدخال المؤثرات (و فيها تتجسد الومضة بشكل زمني).

- استخدام الألوان في الإعلان المتلفز :

تساعد الألوان على تكوين صورة ذهنية صحيحة لسلعة ما ،كما أن المشاهد يمكن أن يتحصل على فكرة دقيقة عن الشكل الذي تكون عليه السلع في الواقع إذا ما عرضت .[1]

المطلب الثالث: الأساليب الاقناعية المرتبطة بالموضوع:

و تتمثل في :

- لغة الإشهار:

اختيار اللغة المناسبة لمخاطبة الجمهور المتلقي من العناصر الأساسية للإقناع، فيجب اختيار الكلمات لعناية للتأثير في المتلقي و دفعه لتقبل الفكرة المراد إيصالها، و اللغة الغير مفهومة تعطي إحساسا بالملل و رفض الفكرة المعلن عنها فلابد من توفر الشروط في اللغة المستخدمة و هي:

-سهولة العبارات ووضوح المعاني

-اختيار الكلمات التي تتناسب مع الموضوع

-تكرار بعض الكلمات الرئيسية التي تساعد على تقبل الفكرة.

- التكرار:

[1]1- فيروز لمطاعي، **محاضرات مقياس الإشهار الإذاعي و التلفزيوني**، شعبة إعلام و اتصال، تخصص إذاعة و تلفزيون، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3،ص ـ ص9 ، 10.

تقوم بعض الجهات المختصة بجمع المعلومات أو ما تسمى بدارسة الجمهور)حجم و خصائص المتلقين(و ذلك التكرار عرض الرسالة الاشهارية من أجل ترسيخها في أذهان المتلقين و أيضا من أجل ضمان وصولها و يقوم المختصون بالتنويع في التصاميم من أجل اجتناب الملل و في تكرار الإشهار يكون العرض الأول من أجل إبراز مزايا الخدمة أو السلعة و بعدها من أجل تذكير المتلقي بمزايا الخدمة.[1]

المبحث الرابع: سيميولوجيا الخطاب الاشهاري:

المطلب الأول :تعريف السيميولوجيا:

لغة: مادة سوم: العلامة، القيمة، ومنه السمة، السيمة، السومة، السيما، السيماء، السيمياء، وكلها تعني العلاقة سواء كانت لغوية أو غير لغوية.[2]

أما اصطلاحا فالسيميولوجيا هي من العلوم التي تطورت بوتيرة سريعة طوال القرن العشرين، منذ ظهور كتاب "فرديناند ديسوسير" "محاضرات في علم اللغة" إلى أخر أبحاث "رولان بارث"؛ حيث عرف "فرديناند ديسوسير" هذا العلم بـ: "يمكننا إذن أن نتصور علما يدرس حياة العلامات في الحياة الاجتماعية". يتعلق الأمر بالعلامات التي تكون الإرساليات الأساسية للتواصل الإنساني كيف ما كانت مكونات هذه الإرساليات الأساسية للتواصل الإنساني سمعية، بصرية، شميه، حركية ... على اعتبار أن العلامات التي تحتوي عليها هذه الإرساليات هي ذات طبيعة مختلفة.[3]

---

[1] زينب مشري، **الأساليب الاقناعية في اشهارات موبيليس التلفزيونية** ، مذكرو لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر ، 2014،ص41.

[2] خديجة بومعزة، عائشة بورزاق ، **دلالات الأشياء في الومضات الاشهارية التلفزيونية الجزائرية**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص اتصال و تسويق ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم علوم الاعلام و الاتصال ،جامعة محمد الصديق بن يحي،ا لجزائر ، 2017 ، ص48.

[3] مجة وهيبة، **محاضرات مقياس سيميولوجيا الصورة**، شعبة إعلام و اتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البوافي، الجزائر،ص1.

التعريف السميولوجي للصورة التلفزيونية: هي مجموع الدوال والمدلولات، والرموز والأيقونات، والخطوط والألوان، والشخصيات، والحركات، والاضاءات، والمشاهد واللقطات، وكل ما تحمله الصورة التلفزيونية من معان تقريرية سطحية، وأخرى تضمينية عميقة، تستدعي التعمق فيها لاستخلاص معانيها الظاهرة والباطنة، من خلال كل ما يمكن إدراكه بصريا على مستوى الدال ، اذ يمكننا دراسة برنامج إخباري أو سلسلة تلفزيونية أو برنامج سياسي أو مقابلة في كرة القدم أو ومضة اشهارية تحليلا سيميولوجيا .[1]

المطلب الثاني: خطوات تحليل الصورة سيمولوجيا :

-الخطوة الأولى في تحليل الصورة :التعيين

وتتعلق هذه الخطوة بتحليل شكل الرسالة على اعتبار إن كل جانب من جوانب الشكل هو رسائل مشفرة ، الأوضاع التي يجب أن تخضع للتحليل وهي كما يلي:

- الوضع التشكيلي: ويتعلق هذا الوضع باختيار الألوان ونوعيتها البصرية.

-الوضع التيبوغرافي: ويتعلق بتوزيع العناصر وارتباطاتها ، وتوزيع المساحات في التكوين العام للصورة.

-الوضع الفوتوغرافي: يتعلق باختيار زوايا التصوير و أنواع اللقطات و الكادرات التصويرية.

-الوضع التكويني: ويتعلق بجغرافية الصورة وخصوصياتها من خلال توجيه و تنظيم مسار الرؤية .

- و أضاف السيميولوجي بيرغالا الوضع السوسيوثقافي: و يتعلق بتحديد المواقف و السلوكيات ،الشخصيات،النوع،الجنس،السن،اللباس،الديكور...

[1] تيميزار فاطمة، **محاضرات في مقياس سيميولوجيا الصورة**، شعبة إعلام و اتصال ،تخصص سمعي بصري ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة المسيلة، الجزائر،2019،ص1.

*الخطوة الثانية في تحليل الصورة: التضمين

تمنح هذه المرحلة حرية أكبر للمحلل السيميولوجي للخروج من مرحلة اللغة–الشيء objet– langage والانتقال إلى مرحلة لغوية أخرى، حيث يرى Metz Christian أن درجة الطابع السيميولوجي وإلمامه بثقافة وقيم وخصائص الوسط والمجتمع والظروف التي أنتجت فيه الصورة هو شرط وأمر ضروري للمرور إلى مرحمة التضمين وكشف الدلالة.

وفي هذا إلاطار مازالت المدرسة التداولية البراغماتية تلاقي القبول والانتشار بين السيميولوجيين لتوجهها الذي يعتبر أن الدالة هي عند الفرد المتلقي المؤول، والذي يحمل الرسالة المعاني التي يتوصل إليها حسب السياق الذي يتواجد فيه والمرجعية القيمية التي يحملها.

وما يمكن أن يوضح فكرة البراغماتيين في رحلة البحث عن الدلالة هو كون الصورة الاشهارية، مثلا، تحمل دلالات مختلفة من مجتمع إلى آخر، فنوع الملابس الذي يظهر عاديا في مجتمع أوروبي مثلا يمكن أن يكون مرفوضا ومخلا بالأخلاق في مجتمع عربي مسلم.[1]

المطلب الثالث : ابرز مقاربات تحليل الصورة الإشهارية:

- مقاربة رولان بارث:

تقوم مقاربة "رولان بارت" على مستويين أساسيين هما: "التعيين dénotation "و " التضمين connotation ،"وهما المستويين اللذين يحددان معا جوهر السيميولوجيا التي تتقفى المعاني الخفية للأنساق على اختلاف طبيعتها و الاتجاهات التي تؤطر تحليلها .

[1]1- بلوداني سهام ،**محاضرات مقياس سيميولوجيا الصورة**، شعبة اعلام و اتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ص ـ ص 4 ، 5

و شدد رولان بارت على أهمية الرسالة الألسنية كمستوى ثالث في النسق السيميولوجي إذ يوقف التدفق الدلالي للنسق و يحصره في دلالة واحدة ، هي المراد إيصالها عبر العلامات البصرية و تقوم من هذا المنظور بتحقيق وظيفتين أساسيتين هما : الترسيخ و المناوبة و يتحدد الترسيخ و تثبيت دلالة النسق في معنى واحد هو المراد إيصاله عبر النسق، بينما تتمثل المناوبة في إمكانية تعويض الرسالة الألسنية برسالة بصرية و مناوبة الرسالة البصرية للألسنية منها و تلعب بلاغة الصورة دورا هاما في تحقيق هذه العملية.

وأكد الباحث على الإنتاجية الدلالية للأنساق العلاماتية المؤطرة لكل مستوى من المستويات، حيث كلما استطاع الباحث أن يستنطق من المستوى الأول مستويات أعمق تمكن من بلوغ العمق في التحليل و يبقى هذا الأخير أعمق بحكم لانهائية الدلالة. [1]

مقاربة مارتن جولي:

تعتبر مقاربة " مارتين جولي" مقاربة تكميلية " لمقاربة :" رولان بارث" إذ اعتمدت على المستويات الثالثة التي أشار إليها :" رولان بارث"، لكنها فصلت أكثر في طبيعة هذه المستويات من خلال تركيزها على خصوصية علاماتها، وقد خرجت بالمقاربة التالية:

أولا: الوصف : يسمح الوصف حسب السيميولوجي الفرنسي بارث باستحضار مفهوم الصورة لأنه يعتمد على ملاحظة كل ما هو موجود عليها من رسائل حيث يتم تفكيكها حسب الثقافة و المستوى العلمي لكل فرد أي عن طريق الوصف يتم تحويل الرسالة البصرية إلى لغة

[1]- وردية راشدي، **محاضرات مقياس سيميولوجيا الصورة**، شعبة إعلام و اتصال،تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،قسم علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة يحي فارس ،المدية،الجزائر،2020،ص22.

مكتوبة فهو كل مظهر بسيط و جلي أي ما تراه العني المجردة، ويطبق الوصف على ثالث رسائل أساسية في النسق البصري هي كالتالي:

- الرسائل التشكيلية:

و هي الرسائل التي تحتوي على الرموز و الألوان و الإطار و الإضاءة.

- الرسائل الايقونية:

تعرف الإيقونة بكونها الطريقة البسيطة أو المباشرة التي تسمح بالتعرف على الشيء أي تمثيله الخاص به أما تصويره أو ترسمه أو وضع مخطط يمثله فهي تقوم على فكرة إعادة تمثيل السمات الخاصة بهذا الشيء.

- الرسائل الألسنية:

عادة ما تكون الصورة متعددة المعاني فجاءت الرسالة اللسانية لتحديد معنى الصورة المرجوة بلوغه من عند المرسل و ترى "مارتني جويل " أذا كانت الصورة متعددة المعاني، سوى لأنها تحمل الكثير من المعلومات كأي ملفوظ طويل وللرسالة الألسنية العديد من الوظائف نذكر منها :

- الترسيخ:

يتحدد في إيقاف سلسلة من المعاني التي تتولد من دلالات الصورة من طرف الرسالة اللسانية و ذلك للتأكيد على قراءة محددة لها من خلال تحديد المعنى الصحيح المراد توصيله إلى القارئ، فهو إيقاف للتدفق الدلالي للنسق .

- المناوبة:

حددها "بارث" بأنها نوع من التكامل بين الصورة و الرسالة الألسنية المرافقة لها، حي تقوم الصورة بالتعبير عن المعاني التي لم تستطع الصورة توضيحها للقارئ . فجاءت وظيفة للمناوبة لسد الفراغ في المعنى الذي لم تستوفيه الصورة، فحسب "جولي" "توجد أشياء لا نستطيع التعبير عنها إلا باللسان".

ثانيا : التأويل المستوى التضميني:

من خلال المراحل السابقة التي تم فيها استخراج الإشكال ، الألوان و الإيقونات و تحديد معانيها الأولية ، و الرسالة الألسنية التي لها دور فعال في قراءة الصورة ، تمكننا في هذه المرحلة ربط كل تلك العناصر و بناء معنى حقيقي للرسالة المرئية الاشهارية .[1]

- **مقاربة كريستيان ميتز:**

تعرف بكونها المقاربة الأكثر تداولا في الأنساق السمعية البصرية المتحركة، والتي تكون فيها الصورة في انتظام نصي متحرك، وفق ما يسمى :" اللقطة" إذ تنتظم هذه الأخيرة في المقطع، والذي يشكل بدوره، وبالتحامه مع المقاطع الأخرى الفيلم، وتقف الحركية عائقا أمام الوقوف بالتفصيل أمام الدوال والعلامات والشفرات، الشيء الذي يستدعي تحويلها من دوال متحركة إلى دوال ثابتة.[2]

خاتمة الفصل:

يمكن القول كخلاصة أن الإشهار هو وحدة متكاملة بسبب اجتماع عدة من العوامل مع تعاون الجهود هذا المزيج يجعل الإشهار أكثر نجاحا و تأثيرا.

---

[1] 24 - وردية راشدي، المرجع السابق ، ص1

[2] 2- المرجع نفسه،ص - ص 24 ، 31.

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث: التحليل السيميولوجي للومضتين الإشهاريتين التلفزيونيتين "حليب لويا" و "سفاري فول سوداني"

تمهيد:

من أجل الكشف عن تمثلات العلاقات الأسرية في الإشهار التلفزيوني الجزائري قمنا باختيار ومضتين اشهاريتين بثتا عبر قناة الشروق tv الجزائرية و التي سنعمل على تحليلها سيميولوجيا وفق مقاربة "رولان بارث".

لكن قبل عرضها سنعرض بطاقة فنية عن قناة الشروق التي أخذنا منها عينة بحثنا.

التعريف بقناة الشروق tv:

هي المؤسسة الإعلامية التلفزيونية الخاصة تابعة لمجمع الشروق تأسست في 6 مارس 2011 في الجزائر هذا بعد ترخيص انشاء القنوات الفضائية الخاصة، مقرها الرسمي في القبة ، الجزائر العاصمة مكا انها تدعم اللغة العربية وتعرف بشبكة برامجية متنوعة طوال فترات اليوم مثل: صباح الشروق ، برامج دينية ، مسلسلات ،برامج رياضية ، برامج المسابقات وغيرها من البرامج الترفيهية المنوعة و التي تبث لمدة 24/24 ساعة.

المبحث الأول: تحليل الومضة الاشهارية الأولى: منتوج حليب لويا

عنوان الومضة: وقت الحليب

مدة الومضة: 32 ثانية

عدد اللقطات 11:

-التقطيع التقني للومضة الاشهارية:

شريط الصورة						شريط الصوت		
رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	زاوية التصوير	حركات الكاميرا	محتوى الصورة	التعليق او الحوار	الموسيقى	المؤثرات الصوتية
1	2 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	تظهر صورة طفل	وقت الحليب	/	/
2	2 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	صورة الطفل امام مائدة الاكل	الحليب واجد	/	/
3	3 ثا	عامة	مرتفعة جدا	ثابتة	صورة الكفل يحمل اناء الحليب	/	مرافقة	/
4	3 ثا	عامة	عادية	متحركة	صورة للحمام	/	مرافقة	صوت مصفف الشعر

5	2 ثا	متوسطة	عادية	متحركة للأسفل	صورة لغرفة الابوين	/	مرافقة	/
6	3 ثا	متوسطة	عادية	متحركة	صورة لغرفة البنات	سلمى راكي معايا	مرافقة	/
7	4 ثا	عامة	عادية	متحركة	صورة لافراد العائلة	/	مرافقة	/
8	3 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	صورة الطفل جالب اناء الحليب	هذا مشي حليب هذا لويا	مرافقة	/
9	3 ثا	عامة	عادية	ثابتة	افراد العائلة	لوكان قتلنا	مرافقة	/
10	5 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	افراد العائلة مجتمعين على مائدة الاكل	هذا مشي حليب هذا لويا	مرافقة	/
11	5 ثا	متوسطة	عادية	متحركة	صورة لافراد العائلة	ماني هذا لويا بركاي ما تتخباي	مرافقة	/

تحليل الومضة حسب مقاربة رولان بارث:

الصورة الأولى:



المستوى التعيني:

بدأت الومضة بلقطة متوسطة لطفل في المطبخ و هو يحظر حليب لويا و ملامح الابتسامة واضحة على وجهه ، كما اعتمد المخرج على مجموعة من المؤثثات التي هي عبارة عن مجموعة من الصحون و الكؤوس و الوعاء الذي يحتوي على المنتوج.

كما غلب على هذه الصورة اللون الأبيض و كل من اللونين الأزرق و الأصفر اللذان يعتبران لون المنتوج.

أما الديكور فهو ديكور لمطبخ جزائري و الإضاءة كانت عبارة عن اضاءة طبيعية تدخل من النافذة.

المستوى التضميني:

قام المخرج في بداية الومضة بالاعتماد على الطفل لكي يبين للمتلقي سهولة تحضير هذا المنتوج فقد أظهرت الصورة الطفل يحضر حليب لويا من خلال الإيحاء بتحريك خليط غبرة الحليب بالماء في الوعاء الزجاجي الشفاف و هو مبتسم و هذا ما عملت على ترسيخه الرسالة الألسنية: وقت الحليب . غير ان الطفل لم يكتف بتحضير الحليب فقط بل حضر كل طاولة الاكل وهو أمر غير مألوف في يوميات العائلة الجزائرية، إذ عادة ما يكون تحضير وجبة الإفطار من مهام الام مما يعطي إيحاء أقوى بان الطفل مستمتع بوقت الحليب. وهو ما تأكده باقي العلامات المرفقة في نص الصورة، وعلى رأسها الإضاءة النهارية المنبثقة من مصدر النافذة على يسار الصورة، والألوان الفاتحة المكتسحة فضاء الصورة/المطبخ، والتي يغلب عليها اللونين الأبيض والأزرق وهما عادة لونين أثيريين يتمتعان بدلالات الانفتاح والانطلاق اللامحدودين، بالإضافة إلى اللون الأصفر الذي خص به قميص الطفل وبعض موجودات الحيز المكاني من فاكهة (ليمون) وآنية(قارورة وحاملة ورق المطبخ...) و هي كلها ألوان نهارية تتمتع باشراقتها وانطلاقها وحيويتها ونقائها، كونها جميعا تشترك في كونها ألوان أثيرية، وإذا ما علمنا بأنها أيضا ألوان المنتوج حليب لويا أصبح الانزياح الدلالي على المنتوج مؤكدا.

وبالعودة لتمثلات العلاقات الأسرية التي هي موضوع دراستنا نجدها حاضرة من خلال غيابها. ذلك أن طقوس تحضير الأم الجزائرية لوجبة الإفطار غائبة هنا مما يوحي بتقديم قيم بديلة يكون معها أحد صغار الأسرة مسؤولا عن تحضير وجبته بنفسه أو حتى تعويض

أمه في تحضير الوجبة للجميع.

الصورة الثانية:



المستوى التعيني:

استخدم المخرج في هذه الصور لقطة عامة لحمام و ظهر مجفف شعر مرميا لكنه لازال يشتغل و منشفة بالإضافة الى فرشاة الاسنان و مشط للشعر و هذا ما نجده عادة في الحمام ، من ناحية الألوان فقد ركز المخرج على الأبيض و أما للإضاءة فقد كانت طبيعية من الشباك.

المستوى التضميني:

استعمل المخرج صورة عامة للطفل و هو يفتح باب الحمام فقط أظهرت الصورة الطفل وهو يحاول البحث عن افراد عائلته. فالبحث عن فراد العائلة و هو يحمل وعاء الحليب الذي حظره هذا يعطي ايحاء قوي بأن الطفل فخور بما حظره و يريد ان يريه لأفراد اسرته و مشاركة الحليب معهم غير ان الطفل لم يجد أحدا في الحمام بل وجد مجفف شعر مشتغلا وهو ما بينته المؤثرات الصوتية و منشفة و مشط شعر و فرشاة اسنان بالإضافة الى

مجموعة من أدوات الاستحمام كالصابون لكن دخول الطفل مباشرة للحمام دون الاستئذان يبين أن الطفل متحمس ليشارك الحليب الذي حظره مع اسرته و هذا ما بينته باقي العلامات المرافقة في الصورة ،مثل الإضاءة الساطعة المنبثقة من النافذة الموجودة على يمين الصورة كما يبينها أيضا اللون الأبيض الذي غلب على الصورة الذي يظهر في طلاء الجدران و بلاط الأرض و البالوعة بالإضافة الى الأزرق الذي ضهر في رسومات على الحائط هذين اللونين يرمزان الى الانفتاح و الامحدودية ،بالإضافة الى الأصفر الذي خص به وردتين موضوعتين في مزهرية و هو لون نهاري ينسب لأشعة الشمس و الاشراق وقد استعملها المخرج ليؤكد على المعنى الدلالي لألوان المنتوج)لويا(و استخدام اللون الارجواني الذي خص به مجفف الشعر و هو لون يستخدم للإشارة للفخامة و الرفاهية.

وبالرجوع لموضوعنا و هو تمثلات العلاقات الاسرية نجدها حاضرة و غائبة في نفس الوقت من خلال ظهورها في مزاح الام و الاختباء من ابنها و غيابها في غياب الام عن مسؤوليتها في تعليم ابنها الاستئذان قبل الدخول خاصة في مكان خاص مثل الحمام و عدم اطفائها لمجفف الشعر وعدم جمع ادواتها هذا يوحي لقيم منها ليست فقط الام وحدها المسؤولة عن ترتيب البيت.

الصورة الثالثة:



المستوى التعيني:

تظهر الصورة غرفة الابوين و حذاء الاب موضوعا فوق سجاد و امامه فرشاة و ملمع احذية كما نلاحظ وجود اثار اقدام و هي اثار رجل الاب الذي هرب بعد سماع صوت ابنه الذي جاء للبحث عنه في غرفته بالنسبة للألوان فقد ركز المخرج على نفس اللون و هو الأبيض .

المستوى التضميني:

استخدم المخرج في هذه الصورة لقطة متوسطة يظهر فيها حذاء الاب و بجانبه فرشاة و ملمع احذية و اثار اقدام الاب عندما هرب و اختبأ عندما عرف ان ابنه قادم فقد اظهرت الصورة ان الابن يتجه لغرفة الوالدين ليري الاب انه قام بتحضير الحليب وحده غير ان الطفل لم يجد في الغرفة سوى حذاء الاب و ملمع احذية و فرشاة هذا ما يبين ان الاب كان ينظف حذائه وهذا ما يكون عادة في العائلة الجزائرية كما ركز المخرج على الألوان الاثيرية حيث ركز على اللون الأبيض في معظم الديكور و الذي ضهر في طلاء الجدران و ستار النافذة و بساط الأرض و غطاء السرير ليرمز للانفتاح كما انسجم اللون الأبيض مع الإضاءة الطبيعية التي كانت تنبثق من الشباك يمين الصورة بالإضافة الى اللون الأسود الذي خص على حذاء الاب وبعض الموجودات في الحيز المكاني منها ملمع الأحذية

الفرشاة وهو لون ليلي يرمز الى الاناقة و الرقي و الرسمية وقد استخدمه المخرج لابراز دلالة ان من يشرب حليب لويا هو شخص راقي و انه يحسن اختيار ما يلبس و ما يستهلك .

وبالتحدث عن موضوع تمثلات العلاقات الاسرية نجدها حاضرة من خلال غيابها ذلك في طقوس تنظيف الاب الجزائري لحذائه حيث عادة ما ينظف مخلفاته غير انه ترك سائل التلميع مرميا على الأرض و انه ترك اثار قدميه بعد وضع قدمه في سائل التلميع كما أيضا نجد ان غلاف السرير غير مرتب و الملابس غير مطوية بشكل جيد .

الصورة الرابعة:



المستوى التعيني:

تظهر الصورة غرفة تحمل ديكور يبين ان هذه الغرفة لفتاة فالديكور يغلب عليه اللون الوردي بالإضافة الى رسومات الازهار على الحائط و لسرير الذي كان أيضا ورديا كما ظهر أيضا هاتف نقال مرمي فوق السرير اثناء أداء مكالمة بالنسبة للألوان فقد ركز المخرج على اللون الوردي و اللون الأبيض اما الإضاءة فقد كانت طبيعية من الشباك.

المستوى التضميني: تظهر الصورة لقطة عامة لغرفة تظهر انها لفتاة نظرا لما تحمله من ديكور حيث تظهر مجموعة من الورود المرسومة على الجدار و زهور خشبية موضوعة

فوق الرفوف أيضا بين هذا اللون الوردي الذي كان طاغيا على الصورة و الذي ظهر في الزهور و الكأس و المزهرية وهو يرمز للأنوثة ،كما ان المخرج لم يتخلى عن اللون الأبيض الذي ظهر في طلاء الحائط و الأرضية و و اطار الصور و الهاتف النقال كما انه استرجع كل من اللون الازرق الذي خص به الطاولة و اللون الأصفر الذي حدد في بعض الموجودات حيث ظهر في رسمة لوردة و زهرة حقيقية صفراء و وسادة و كل هذه الألوان الوان نهارية تتمتع بالاشراق و الحيوية كما تبين ان الطفلة كانت تجري مكالمة هاتفية و هذا ما بينته الرسالة الالسنية)سلمى راكي معايا(هذا دليل ان الطفلة تركت الهاتف و هربت للاختباء من اخيها الذي يحاول مشاركة الحليب معها و هذا امر مألوف في يوميات الاسرة الجزائرية اذ عادة ما نرى الدعابة بين الاخوة .

وبالعودة لموضوعنا الذي هو تمثلات العلاقات الاسرية نجد ان السلطة الأبوية غائبة. ذلك ان عادة ما يكون الوالدان مسؤولان تجاه الأبناء حيث يحرصان على عدم اقتناء هاتف نقال لطفل في ذلك السن ،حيث عادة ما نرى بنات في ذلك السن يلعبن بالدمى عوض التحدث في الهاتف. .

الصورة الخامسة:



-المستوى التعيني:

تظهر الصورة أفراد الاسرة مختبئين في قاعة الاستقبال بطريقة مضحكة وها من اجل اظهار جو الشخصيات حيث نرى الاب خلف الاريكة و الام و الجدة وراء الستار كما نجد الاخوة تحت الطاولة و قطة تحاول الدخول أيضا تحت الطاولة ، بالنسبة للألوان فقد كانت نفس الألوان السابقة)الابيض(مع بروز اللون البني على)الديكور الطاولة الستار السجادة الكرسي و المزهرية، اما الإضاءة فقد كانت من الشباك.

المستوى التضميني:

اختار المخرج لقطة عامة تظهر فيها افراد العائلة مختبئين بطريقة مضحكة و ان الطفل تفاجأ بإيجاد افراد اسرته حيث قربت الكاميرا الى وجهه من اجل ابراز ملامحه التي توحي انه مندهش ،لانه عادة امر غير مألوف ان يرى الطفل عائلته مختبئة في مكان واحد وهو يجهل سبب اختبائهم ،لكن حسب طريقة اختبائهم نستطيع ان نعرف ان المخرج يريد ان يبعث رسالة توحي انهم يمزحون مع ابنهم و انهم يختبئون بسبب انهم يرفضون شرب الحليب وهذا ما تؤكده العلامات الأخرى على رأسها دفع الطفلين القطة للخلف بالإضافة الى الإضاءة الساطعة التي كانت موجهة مباشرة لافراد الاسرة عبر الشباك يسار الصورة والألوان الفاتحة التي اكستحت مجال الصورة /غرفة الاستقبال و التي يغلب عليها اللونين الأبيض والبني حيث نرى الأبيض في الأرضية و طلاء الجدران و غلاف المائدة و الشمعة و يرمز هذا اللون الى النقاء و الانفتاح،كما نرى البني على معظم الديكور المائدة ، الارائك ، ستار الشباك ، الكراسي و المزهرية و يرمز البني الى الموثوقية و الأمان و الكائنة بين أفراد العائلة كما نرى ان اللونين انسجما شكليا و ايحائيا .

وبالعودة لتمثلات الاسرة الذي هو موضوع دراستنا نجدها حاضرة من خلال حس الفكاهة و المزاح فهاذا يوحي الى العلاقة الوطيدة بين افراد العائلة الجزائرية .

الصورة السادسة :



المستوى التعيني:

تظهر الصورة الطفل حاملا اناء الحليب ثم نادا هذا مشي حليب هذا لويا ليخرج الاب و يقول لوكان قلتلنا بعدها يخرج افراد الاسرة و يتوجهو اليه مع بقاء نفس الألوان و الديكور و الإضاءة.

المستوى التضميني:

تظهر الصورة الطفل يحمل اناء الحليب الذي حضره و هو مبتسم و هذا دليل ان الطفل سعيد بما قام به و أيضا انه متأكد ان افراد عائلته يحبذون استهلاك حليب لويا و هذا ما رسخته الرسالة الالسنية)هذا مشي حليب هذا لويا (وهذا دليل على ان منتوج لويا مختلف عن أي حليب اخر وهذا ما أكدته باقي العلامات الايقونية و على رأسها خروج افراد الاسرة من مخابئهم و التوجه لابنهم من اجل شرب الحليب الذي حضره كما بينت عبارة

)لوكان قتلنا(المعنى الدلالي الذي يؤكد ان منتوج لويا هو الأفضل ، كما حمل نص الصورة مدونة لونية طغى عليها اللونين الأبيض و البني و هما لونين يركزان للانفتاح و المكانة ،بالإضافة الى اللون الأصفر الذي خص به قميص الطفل و اللون البرتقالي الذي خص به قميص الأخ كما نجد أيضا اختلافا في الوان ملابس الافراد و هذا دليل عاى الاختلاف لكن كلها الوان باردة تعطي للمشاهد إحساسا بالراحة بالإضافة الى الإضاءة الطبيعية المنبثقة من الشباك .

وبالتحدث عن موضوع دراستنا الذي هو التمثلات الاسرية نجدها حاضرة من خلال وجود التواصل بين افراد العائلة و تقبلهم لفكرة تحضير الابن الحليب بدلا من الام التي هي عادة من تقوم بذلك.

الصورة السابعة:



المستوى التعيني: تظهر الصورة افراد العائلة مجتمعين حول طاولة الاكل في المطبخ و هم يستهلكون منتوج حليب لويا و من ثم يظهر شعار المنتوج مع عبارة هذا ماشي حليب هذا

لويا بالونين الأزرق و الأصفر و هما لوني المنتوج مع بقاء نفس ديكور المطبخ الذي كان في البداية.

المستوى التضميني:

تظهر صورة متوسطة لأفراد الاسرة مجتمعين على طاولة الاكل و يتناولون حليب لويا الذي حضره ابنهم وعلامات الابتسام بادية على وجوههم هذا دليل انهم مستمتعون بوقت الحليب و ان الابن نجح في مهمة تحضير الحليب وهذا البعد الدلالي أكدته الرسالة الالسنية)فهمتو ضرك هذا لويا مشي حليب (وأيضا بينته العلامات الأيقونية حيث نرى افراد الاسرة جالسين على طاولة الاكل بطريقة منظمة تماما مثل جلوس العائلة الجزائرية ، لكن نلاحظ غياب الجدة التي ظهرت معهم في الصورة السابقة و هذا امر غير مألوف في عادات الاسرة الجزائرية ،اذ عادة ما تكون الجدة هي اول الجالسين على الطاولة ولا يمكن ان يتم تناول الاكل بدونها ،بالنسبة للشيفرة اللونية فقد غلب عليها اللونين الابيض و الأزرق اللذان يعتبران لونان فاتحان بالإضافة الى اللون الأصفر الذي ظهر في قميص الطفل و بعض العلامات الايقونية كالليمونة و ورق الطبخ و هي الوان تنسب للشمس و تتمتع باشراق و نضارة كما انها الوان المنتوج و قد استعملت للترسيخ صورة المنتوج في ذهن المتلقي.

اما بالنسبة للتمثلات الاسرية فنجدها حاضرة و غائبة في ان واحد ذلك أن الاجتماع في المطبخ من اجل الاستمتاع بوقت الحليب عادة نجدها في الاسرة الجزائرية حيث تجتمع الاسرة الجزائرية مرتين يوميا لاستهلاك الحليب ، اما الامر الغائب هو فهو احترام الجدة التي من المفروض ان يتم مناداتها للاستمتاع أيضا بالحليب فمن العادات الجزائرية احترام كبار السن خاصة الأجداد و هذا ليس فقط في العادات بل أيضا الدين الإسلامي حث على احترام الكبير .

الصورة الثامنة :



المستوى التعيني:

تظهر صورة مقربة صدرية للعائلة و هي تنادي الجدة التي لازالت مختبأة بسبب معاناتها من نقص في السمع حيث نادتها البنت: ماني هذا لويا بركاي ما تتخباي بطريقة كوميدية حيث نرى افراد الاسرة يضحكون على هذا الموقف كما ان المخرج حافظ على نفس الألوان و الديكور.

المستوى التضميني:

في اخر صورة و في ختام الومضة يظهر مشهد للجدة التي لم تسمع الطفل و هو ينادي ان الحليب الذي يحمله هو لويا و ليس حليبا اخر وبقيت في مكانها لكن نرى ان افراد الاسرة عادوا لينادوها لكن بطريقة استهزائية و هذا ما وضحته الرسالة الالسنية)ماني بركاي ما تتخباي(هذا امر منافي للعادات الجزائرية حيث عادة ما يتم توقير الكبير و من المفروض

ان يعاملوا الجدة معاملة خاصة تتناسب مع مرضها الذي يتمثل في نقص السمع . وهو ما تؤكده باقي العلامات المرفقة كالعلامات الايقونية التي تظهر افراد العائلة و هم يضحكون على الجدة و الإضاءة التي كانت موجهة مباشرة على الشخصيات بالإضافة الى المدونة اللونية التي ركزت على الأبيض الفاتح في الصورة و اللون البني الذي خصص للديكور ، الباب و الصورة المرسومة المعلقة على الحائط وذا ما اعطى انسجاما بين اللونين .

و بالرجوع لتمثلات العلاقات الاسرية نجدها قائمة من خلال اجتماع أفراد الأسرة من أجل إشراك الجدة في شرب الحليب، وهذه قيمة إيجابية.

-الرسالة الالسنية:

استعمل المخرج في هذه الومضة رسالة السنية باللغة العربية الدارجة وذلك من من اجل إيصال الرسالة الاشهارية لكافة الجمهور لان منتوج حليب لويا موجه لكل شرائح المجتمع.

-النتائج العامة لومضة منتوج حليب لويا:

- ابراز جميع افراد الاسرة (الاب، الام، الأبناء، الجدة) هذا دليل على ان هذا الاشهار موجه للعائلات الجزائرية ككيان و ليس كأفراد.
- اهمال الكثير من عادات و تقاليد العائلة الجزائرية .
- استخدام الطفل كشخصية رئيسية دليل على ان الأطفال هم الفئة المستهدفة من هذه الومضة الاشهارية.

المبحث الثاني: تحليل الومضة الاشهارية منتوج سفاري فول سوداني :

مدة الومضة : 31ثا

10 : عدد اللقطات

التقطيع التقني للومضة الاشهارية:

شريط الصورة								شريط الصوت		
رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	زاوية التصوير	حركات الكاميرا	محتوى الصورة	التعليق أو الحوار	الموسيقى	المؤثرات الصوتية
1	4ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	تظهر صورة لولد	/	/	ضجيج
2	2ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	تظهر صورة شاب	واه	/	لا يوجد
3	3ثا	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	تظهر صورة لولد وامرأة	/	مرافقة	لا يوجد

4	ث2	لقطة عامة	عادية	ثابتة	تظهر صورة لولد وامرأة وشاب	/	مرافقة	لا يوجد
5	ث2	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	تظهر صورة لامرأة	/	مرافقة	لا يوجد
6	ث2	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	تظهر صورة لمنتوج الكاكاو	/	مرافقة	لا يوجد
7	ث3	لقطة عامة	عادية	ثابتة	تظهر صورة لولد وامرأة وشاب ورجل مع منتوج كاكاو	/	مرافقة	لا يوجد
8	ث4	لقطة عامة	عادية	ثابتة	تظهر صورة لولد وامرأة وشاب	/	مرافقة	لا يوجد

			ورجل في مطبخ					
9	ث4	لقطة عامة	جانبية	ثابتة	تظهر صورة لولد وامرأة وشاب ورجل في مطبخ مع طبق كاكاو	/	مرافقة	صوت قرمشة الفول السوداني
10	ث5	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	تظهر صورة لمجموعة من الأكياس متفاوتة الحجم لمنتوج الفول السوداني	سفاري سفاري للكبار والدراري	مرافقة	صوت قرمشة الفول السوداني

تحليل الومضة حسب مقاربة رولان بارث :

إن تحليلنا للومضة الاشهارية حسب مقاربة رولان بارث كما اشرنا سابقا ، يقودنا للحديث عن القراءة التعيينية في المستوى الأول ثم القراءة التضمينية في المستوى الثاني.

: الصورة الأولى



:المستوى ألتعييني

بدأت الومضة بشاشة قسمت نصفين و بلقطين قريبتين يظهر في إحداهما شاب وفي الثانية صبي في غرفة الجلوس بملابس يومية، حيث يرتدي الشاب نظارات طبية وقبعة صوفية رمادية والولد يرتدي قميص صيفي وفي فم كل منهما فول سوداني كما نلاحظ ظهور ملامح معينة تعلو وجه الشاب ، ونلاحظ أيضا وجود خلفية للولد متمثلة في خزانة وهذا لوجودهما في غرفة الجلوس .

أما بالنسبة للألوان فقد استخدمت بعض الألوان بدراجات متفاوتة كاللون الأخضر البارد والبني والرمادي والتي ساعدت ابرازها الإضاءة الاصطناعية التي نلاحظها والتي ساهمت في وضوح وجه الشاب ولمعان شعر الولد .

المستوى التضميني :

تتضمن القراءة التضمينية تحليلا للدلائل الخفية الموجودة في هذه اللقطة من خلال ما يلي :

ابتدأت الومضة في البداية بأشخاص في مقتبل العمر، أي الشاب والولد لكي يبين للمتلقي عدة معاني أهمها أن منتوج الفول السوداني يستهدف أكثر الشباب لأنهم الأكثر استخداما لهذا الأخير، فقد ظهر الشاب والولد في نص الصورة يأكلان وتعلو وجه الشاب علامات الشعور باللذة من خلال وضع اليد في الفم كأنهما ممسكين الفول السوداني ويباشران في أكله. فنص الصورة هنا يركز على ملامح الشعور باللذة للشاب والولد وهما يحملان الفول السوداني وبصدد أكله مما يعطي إيحاء أقوى بأنهما مستمتعان .

أما بالنسبة للمدونة اللونية فقد وظف اللون الأخضر في عدد من المواضع وعلى رأسها القميص الخاص بالولد وهو من الألوان الباردة التي ترمز للأمل والنضارة والتجديد والاستمرارية وقد تم توظيفه لينسجم مع ظهور الولد في الصورة وذلك دلالة على الشباب وهو ما تأكده العلامات المرفقة في الصورة ، كما نلاحظ أن تقسيم الشاشة إلى نصفين يعني ان الشخصيتين ليسا في مكان ولا زمان واحد وهذا ما تأكده العلامات الخاصة بالأزياء لكل من الشخصيتين، فالولد بقميص نصف كم مما يوحي أنه في فصل الصيف عكس الشاب الذي يلبس قبعة شتوية بلون رمادي وهذا ما يوحي انه في فصل الشتاء. وهذا للإيحاء بان أكل الفول السوداني المقرمش صالح للسهرات المنزلية الشتوية كما الصيفية.

وبالعودة لتمثلات العلاقات الأسرية التي هي موضوع دراستنا نجد أن اللقطة تأكد على إمكانية استمتاع الشخص بالسهر وأكل الفول السوداني في المنزل بمفرده دون الحاجة لبقية أفراد الأسرة .

الصورة الثانية :



المستوى ألتعييني :

ظهر الشاب في هذه اللقطة بنظارات سوداء عصرية راقية مع قميص مخطط باللون الأحمر والأخضر مع قبعة رمادية اللون في لقطة مقربة كما غلب على خلفية الصورة اللون البنفسجي الداكن والأخضر المتماشي مع قميص الشاب ، بالإضافة إلى البني الفاتح للخزانة. أما بالنسبة للإضاءة فهي دائما إضاءة اصطناعية من كلا الجانبين .

المستوى التضميني :

في هذه الصورة تم التركيز على الشخصية و التي تغمرها القوة والسعادة بحيث أن نص الصورة يبرز للمتلقي أهمية عنصر الشباب في هذه اللقطة ودوره المهم في المنتوج من خلال الإيحاء بنظارات الشمسية والملامح الواضحة على وجه الشاب أما بالنسبة للمدونة اللونية فقد ركز كثيرا في هذا الجانب بالضبط اختار ألوان داكنة والمكتسحة فضاء الصورة تجذب الانتباه وتظهر الديكور أكثر عصرية كما ساهمت في إعطاء الشخصية ملامح القوة وجمالية أكثر للباس وهي البنفسجي الداكن والأخضر والبني الفاتح ،والموسيقى التحفيزية التي بينت اللقطة أكثر كما نلاحظ بروز وجه الشاب في الصورة أكثر من الخلفية ، الصورة تبرز لنا إيحاء على ملامح الشاب وهذا دليل على ، كما نلاحظ امتزاج في الألوان في الخلفية

بالبنفسجي الذي يوحي إلى دلالات الخيال والروحانية وهو لون الاستقراء بالإضافة إلى الأخضر والبني وقد وظفت للتحفيز وإثارة الخيال أكثر. لكن المبالغة في استخدام الألوان في الخلفية بالضبط في قاعة الاستقبال له دلالة وإيحاءات أخرى لا ترتبط بالقيم الخاصة بالمجتمع الجزائري بشيء وواضح أنها ليست قاعة استقبال بديكور ذو طابع جزائري، بل هو ديكور حداثي، بالإضافة إلى عدم وجود تناسق في العلامات الخاصة بالأزياء ففي هذه اللقطة تظهر القبعة الشتوية و النظارات الشمسية الصيفية في الفترة المسائية داخل البيت وفي آن معا، مما يوحي بالتناقض والغرابة والتحرر من العادات والعادي. وهذا فيه إيحاء بحث الشباب على الخروج عن المألوف وكسر العادات والتفكير خارج الصندوق، وهذا المعنى وان بدى إيجابيا إلا أنه سلاح ذو حدين.

الصورة الثالثة :



المستوى ألتعييني :

نلاحظ في هذه الصورة ظهور الولد والمرأة في لقطة متوسطة بقاعة الاستقبال ركز المخرج فيها على الولد الذي يظهر بقميصه الأخضر والنظارات الشمسية، كما نلاحظ ظهور امرأة في خلفية غير واضحة بفستان منزلي محتشم (جبة) اصفر اللون وخمار على الرأس، وهي

تنظر إلى الولد وعليه ملامح السعادة كما استعمل الكثير من الألوان في هذه اللقطة البني الفاتح كلون للخزانة والأصفر والأخضر .

أما الإضاءة فكانت هناك إضاءة اصطناعية مصوبة أكثر على الولد ما جعله أكثر وضوحا.

المستوى التضميني :

تميزت هذه اللقطة بالإشارة إلى الجو الأسري حيث تظهر السيدة الكبيرة في السن –والتي على ما يبدو تأخذ دور الجدة– وهي تنظر إلى الولد باهتمام وهو يرقص من الفرحة والسعادة وهذا له إيحاءات ودلالات والمتمثلة في حرص الأم الجزائرية على الاهتمام بجميع الأسرة وهذا مثال عن المرأة الجزائرية المتميزة والإيحاء الثاني محاولة إظهار الجانب العاطفي للولد من خلال الرقص من الفرحة والسعادة دلالة على وجود ثقة وطمأنينة في المنتوج " الفول السوداني ".

بالنسبة لمدونة اللونية وظف اللون الأخضر في لباس الولد والذي يرمز إلى التجديد والاستمرارية واللون الأصفر في لباس الجدة والذي يرمز إلى التوهج والإشراق وهو أكثر الألوان إضاءة وهي ألوان تتمتع بحيويتها والمقصود منهما الترويج للمنتوج أي يعطي الشباب والحيوية والإشراق ، واللون الذهبي والبني الذي جسدت في بعض العلامات كالخزانة واللوحات الحائطية والكرسي ، نلاحظ أيضا ارتداء الولد للنظارات الشمسية داخل البيت وهذا أمر غير منطقي يثير التساؤل والحيرة لدى المتلقي كما لدى الجدة التي تطالع الطفل باهتمام ونوع من الاستغراب.

الصورة الرابعة :



المستوى التعييني :

نرى من خلال الصورة في لقطة قريبة للولد بنظارات شمسية سوداء والجدة بلباس اصفر اللون وهي جالسة في خلفية غير واضحة وضبابية تماما، مع بروز المنتوج الفول السوداني في مقدمة الصورة على أقصى يسارها . أما بالنسبة للإضاءة فهي إضاءة اصطناعية كما نلاحظها في الصورة من خلال المصباح الليلي .

المستوى التضميني :

استخدم في نص الصورة لقطة قريبة ركز فيها على ملامح كل من الشخصيتين الولد والجدة والمنتوج " الفول السوداني " أكثر في خلفية غير واضحة وهذا له عدة ايحاءات حيث أراد أن يبين للمتلقي من خلال نظرة المرأة وسرور الولد بالغناء مدى الاهتمام الكبير بهذا المنتوج " الفول السوداني " لكي يعطي ثقة اكبر للمتلقي وهنا لا تعطي المشاهد حقه في الثقة ففي المجتمع الجزائري يحضر منتوج الفول السوداني مع الشاي وتحضره الأم وسط العائلة وتبادل

أطراف الحديث ويخلق جو اسري هذه هي التمثلات الأسرية الجزائرية الغائبة في الصورة المرفقة هكذا تبرز عدة دلالات ومعاني ، الجدة واهتمامها بعائلتها وعادات مجتمعنا مع المنتوج وأيضا الثقة والتعريف بالمنتوج أكثر مع التشويق من خلال الاجتماع الأسري وسط جو من السرور. غير أن الموسيقى الصاخبة في البيت بالذات وأمام الجدة غير مقبول في مجتمعنا المحافظ، كما أن فيه إزعاج للمحيط من جيران وغيرهم – خاصة أن الفترة هي السهرة– وكما نعلم ان ديننا الحنيف يحثنا على احترام الجار وعدم إزعاج الآخرين بأي شكل، وكذلك الرقص على وقع موسيقى صاخبة أمام الجدة ليس له علاقة بأخلاقيات مجتمعنا الذي يكن الاحترام لكبار أفراد الأسرة ، كما نلاحظ وجود هوة بين رداء الطفل وملابس الجدة، ففي حين ترتدي الجدة لباسا محتشما، يرتدي الصغير ملابس عصرية نظارات شمسية لا علاقة لها بالمكان والزمان الذي يتواجد فيه أما الديكور فهو ديكور عائلات غربية فقاعة الاستقبال لم تكن مئة بالمائة ذات طابع جزائري ، أما بالنسبة للألوان فقد وظف اللون الأصفر الذي يوحي للنشاط والسرور والحيوية وهو لون اثيري يتمتع بدلالات الانطلاق اللامحدودي ، إذا ما علمنا بأنه أيضا لون المنتوج " الفول السوداني أصبح الانزياح الدلالي على المنتوج مؤكدا وهو لون ايجابيي كذلك جاذب للانتباه اختير في هذه الصورة لجذب أيضا انتباه المتلقي لأنه يتناسق مع أزياء المرأة كما وظف اللون البني في الخزانة والذي يرمز إلى الاستقرار والأمن واللون الذهبي في اللوحات الذي يرمز إلى الفخامة والنجاح وقد وظفهما لينسجما مع خلفية الخاصة بقاعة الاستقبال وهي ألوان تتمتع بجاذبيتها .

وبالعودة لتمثلات العلاقات الأسرية التي تخص موضوع دراستنا نجد أن المنتوج " الفول السوداني " حاضر لكن بغياب الجو الأسري المعتاد وهو اجتماع كل أفراد الأسرة في جلسة حول صينية الشاي، والتي ما كانت لتفارق تناول الفول السوداني مما يوحي بتقديم قيم بديلة وغريبة عن مجتمعنا.

الصورة الخامسة :



المستوى التعييني :

في لقطة قريبة تميزت بظهور المنتوج الفول السوداني من الحجم الكبير بلون اصفر فاتح فوق الأريكة بلون الأحمر الفاتح المزخرفة بالورد مع ظهور جانبي غير مكتمل للولد من الجهة السفلية بقميص اخضر وسروال ازرق داكن اللون واستعمال اللون البني في الطاولة والبنفسجي الظاهر في الغرفة ، أما الإضاءة فهي إضاءة اصطناعية وهذا ما نلاحظه من الضوء البارز من الغرفة .

المستوى التضميني :

وظفت اللقطة القريبة في الصورة لكي تبين للمتلقي الأحجام الخاصة بهذا المنتوج من خلال الإيحاء بوجود كيس للمنتوج " الفول السوداني " على الأريكة وكانه ضيف شرف هذه الأسرة والذي أدخله الأب في إشارة إلى توفر الحجم العائلي في هذه العلامة التجارية.

أما بالنسبة للألوان نلاحظ ظهور اللون الأصفر على المنتوج الذي يوحي للبهجة والإشراق ويعد لون التفاؤل ويتميز بالايجابية وقد ركز على إظهاره بكثرة في الصورة لينسجم مع دلالات ومعاني والإيحاءات المراد إيصالها للمتلقي على المنتوج إضافة إلى اللون الأحمر والذي يوحي إلى السعادة والراحة لذلك وظف في الأريكة ليتناسق مع دلالة حميمية الجو الأسري، وكذلك اللون الأخضر في قميص الولد الذي يرمز إلى النمو والتوازن والتجديد أيضا اللون الأزرق في البنطلون وهو احد الألوان الأساسية ويرتبط بالحرية ويرمز إلى العمق والثقة والإخلاص ، أما الديكور فهو ديكور بسيط وهذا واضح في بساطة الأريكة والإضاءة إضاءة اصطناعية مركزة على المنتوج .

ورجوعا لتمثلات العلاقات الأسرية التي هي موضوع دراستنا نجد أن الأب لا يزال يقوم بدور القائم على الأسرة وممولها الرئيسي وهو من يقتني المشتريات التي تدخل السعادة إلى قلوب أفراد الأسرة.

الصورة السادسة :



المستوى التعييني :

نلاحظ في هذه الصورة ظهور الولد والشاب والمرأة في لقطة عامة وملامح الفرح والسعادة بادية في الرقص على أنغام موسيقى جزائرية ، كما اعتمد المخرج في هذه اللقطة على أشكال جديدة تميزت في أكواب وصينية شاي وعدد من الصحون ، بالإضافة إلى أكياس المنتوج التي تميزت بلونين مختلفين الأصفر والأزرق الفاتح واستعمل اللون البني الفاتح للكراسي والطاولات والخزانة والبني الغامق للساعة والأحمر الغامق للإنارة الخاصة بالبيت مع ظهور اللون البنفسجي الداكن في الغرفة وبرز اللون الأصفر في لباس المرأة مع لون المنتوج والأخضر في لباس الولد.

المستوى التضميني :

في لقطة عامة تظهر فيها الأسرة ، كل من الشاب والولد والأم مع علامات ايقونية تمثلت في طاولة وفوقها صينية الشاي مع المنتوج الفول السوداني وبالتالي الصورة تبرز للمتلقي الجانب الأخر للمنتوج حيث يراد منها إبراز الجو الأسري الذي يعمله المنتوج وهذه احد الدلالات والإيحاءات المخفية وراء الصورة فمن عادات الأسرة الجزائرية وأحد تقاليدها تجمع كل أفراد الأسرة حول طاولة الشاي والفول السوداني وهي احد أهم المواقف الأسرية غير أن الصورة لم توفق في ترسيخ المشهد العائلي الجزائري وذلك عبر رقص كل من الشاب والولد والموسيقى الصاخبة في البيت وهذا أمر غير مألوف في يوميات العائلة الجزائرية. مما خلق تشويشا على هذه الدلالة الإيجابية.

أما عن الألوان الموظفة هي ألوان باردة ذكرناها سابقا إضافة إلى اللون الأزرق الذي وظف في المنتوج الذي يوحي إلى السلام والصفاء والاستقرار والمقصود منها هنا الثقة والولاء والإخلاص للعلامة التجارية موضوع الاشهار. واللون الأبيض في الطاولة الذي يوحي إلى النقاء والطهارة الذي يوضح المنتوج الموضوع فوق الطاولة ، كما نلاحظ استخدام اللون البنفسجي كلون للإضاءة بدل الإضاءة العادية أمر غير مألوف ، أما بالنسبة للديكور نلاحظ عدم التوافق بين ساعة الحائط والهاتف القديم مع الديكور العصري بالإضافة إلى الأكواب

فوق الطاولة الخاصة بالشاي ليس لها علاقة بالشاي، كما نلاحظ أيضا اللباس المرمي فوق الأريكة، وهذا في محاولة لمزج العصري بالتقليدي، ومن جهة أخرى في محاولة للإيحاء بأن التحرر من العادات المألوفة لدى الأسرة الجزائرية لا يضر ولا مانع بالتالي من المحاولة.

رجوعا لتمثلات العلاقات الأسرية التي هي موضوع دراستنا نجد أن استحضار المنتوج " الفول السوداني " وسط الشاي والعائلة يوحي بتماسك الأسرة، لكن غياب الأخلاقيات وسط الأسرة عبر الرقص والملابس المرمية على الأريكة فوضويا يوحي بتقديم قيم وتمثلات أسرية غريبة عن مجتمعنا .

الصورة السابعة :



المستوى التعييني :

لإظهار الشخصيات استخدم المخرج لقطة عامة تظهر فيها الأسرة كاملة في قاعة الاستقبال مع بروز شخصية جديدة وهو الرجل بنفس نظارات الولد والشاب ، بملامح الفرح حيث نرى المرأة في الصورة الأولى جالسة عكس الصورة الثانية فهي واقفة تشاركهم الرقص أما بالنسبة للألوان نفس الألوان السابقة التي سبق لنا ذكرها ، مع بروز اللون الأحمر الداكن في لباس الرجل.

المستوى التضميني :

تميزت هذه اللقطة باللحظة التي قامت الأم بالوقوف فيها وهي تحمل أداة التحكم في التلفاز وكأنها توقفهم لتأخذ منهم المنتوج " الفول السوداني " وهذا يحمل عدة إيحاءات أهمها تصوير سلوك الأم للتعريف أكثر بالمنتوج ،بالإضافة إلى إيحاء أخر يكمن في محاولة إعطاء فكرة للتلاحم الأسري من خلال الإيحاء في علامات ايقونية متمثلة في طاولة وصينية الشاي المرافقة للفول السوداني وهذا يوحي على توافق الأسرة في ما بينها وعادة التجمع الأسري وهي عادة جزائرية توضح الجانب الأخر التوافقي للأسرة وهذه دلالتين تبينان دور المنتوج الفول السوداني في الأسرة وهذا ما تؤكده باقي العلامات المرفقة في الصورة. كما ظهرت الأم بلباس محتشم ومحترم يعكس ثقافة وأناقة المرأة الجزائرية واختار المخرج هذا اللباس ليبين للمتلقي القيم والمبادئ والعادات الجزائرية .

أما بالنسبة للألوان نلاحظ وجود لون جديد في قميص الأب وهو اللون الأحمر والذي يرمز إلى الإثارة ، الجرأة ، العاطفة والمقصود منه الفخر وهو لون ساخن. نرى أيضا الحركة التي ركزت عليها الصورة عندما أشارت الأم بيدها كأنها توقف العائلة وهذه لها عدة إيحاءات منها الأثرة وتغليب المصلحة الشخصية على المصلحة الجماعية ، وهذا منافي لأخلاق المرأة والأم الجزائرية التي عادة ما تحرص على أن تصب كامل اهتمامها وصحتها لأسرتها أولا قبل نفسها. و إيحاءات أخرى وهي التحكم والسيطرة بدل الأب وهذا عكس ما يعرف عن توزيع الأدوار في مجتمعنا الذكوري، وهذه دلالات سلبية وتمثلات أسرية لا تمد لمجتمعنا بصلة في الومضة ، ونلاحظ أيضا رقص الأب مع أولاده بالموسيقى وهذا له معاني غربية وغريبة عن مجتمعنا فالأب في المجتمع الجزائري له هيبة في الأسرة وفي وسط أولاده .

الصورة الثامنة :



المستوى التعييني :

تظهر في الصورة لقطة متوسطة ركز المخرج فيها على إظهار مجموعة من الأكياس متفاوتة الحجم للمنتوج فول سوداني متعددة الألوان منها البرتقالي والبنفسجي الداكن والأصفر فوق طاولة مكتوب عليها مكسرات سفاري فول سوداني محمص ومملح بالإضافة إلى إبريق الشاي وصحن مليء بالفول السوداني ، كما نلاحظ الرسم الواضح على الأكياس لإبريق الشاي مع كوب مليء ، ونفس الخلفية التي ذكرناها سابقا .

المستوى التضميني :

في هذه الصورة تم التركيز على المنتوج كلقطة نهائية وللتعريف وإعطاء نظرة أكثر للمستهلك حول المنتوج من خلال الإيحاء بترتيب الأحجام الخاصة بالمنتوج " الفول السوداني " ولها عدة إيحاءات ومعاني وأهمها الترويج للمنتوج وهذا ما عملت على ترسيخه الرسالة الألسنية الذي أراد المخرج أن يركز عليها بكتابتها بالخط العريض ، وهناك إيحاء أخر أشارت إليه

نص الصورة بإضافة العلامات الايقونية المتمثلة في إبريق الشاي إلى الطاولة بالقرب من المنتوج وهذا لجذب الجمهور المستهدف وإبراز العلاقة بين الشاي والفول السوداني ، وربطها بحميمية السهرات العائلية الجزائرية. أما بالنسبة للألوان فتم توظيف شيفرة لونية تمثلت في ألوان ذات دلالات ايجابية في المنتوج منها اللون الأصفر الذي يوحي للبهجة والإشراق واللون البرتقالي الذي يرمز إلى الحياة والانطلاق والدفء والحيوية و كذلك اللون الأزرق والذي يوحي إلى الحكمة والاتزان وهو من الألوان الباردة تم توظيفها كألوان خاصة بالمنتج وكلها ايجابية المقصود منها إسقاط الايجابية والثقة والانزياح الدلالي من اللون للمنتوج ، كما تم توظيف هذه اللقطة لإبراز أكثر الغاية من الومضة الاشهارية وهي إعطاء فكرة مميزة تعرف المتلقي بالفول السوداني بأحجامه المختلفة ، هنا نص الصورة كلقطة نهائية يبرز المنتوج بطريقة بسيطة جدا مجموعة من الأكياس فوق طاولة مع إبريق شاي كان بالاستطاعة أن يضاف جمالية في اللقطة لإبراز أكثر المنتوج كطريقة تترك اثر في المتلقي عكس البساطة التي ظهرت في نص الصورة كما نرى أيضا إعطاء فكرة السهرات وسط الموسيقى والرقص مع العائلة بوجود المنتوج "الفول السوداني" وهذه لها تمثلات أسرية غربية وبعيدة كل البعد عن واقع أخلاقيات الأسرة الجزائرية .

. النتائج العامة لومضة منتوج سفاري فول سوداني :

من خلال التحليل السيميولوجي لومضة منتوج سفاري فول سوداني استنتجنا مايلي :

. التركيز في بداية الومضة على ملامح الشاب والولد دلالة على إبراز الجمهور المستهدف وذلك لما للمنتوج من شعبية بين الشباب أكثر .

. القيم الأخلاقية الواضحة في الترابط الأسري بين أفراد العائلة من خلال الومضة .

. بروز تمثلات أسرية في الومضة وذلك من خلال إبراز المنتوج فوق طاولة الخاصة بالأسرة مع الشاي وبالتالي نلاحظ ربط تلاحم الأسرة واجتماعها بتناول المنتوج .

. استعمال الرجل في الإشهار يدل على أن الومضة موجهة للرجل أكثر .

–إظهار ألبسة صيفية وأخرى شتوية في نفس الوقت للدلالة على أن تناول المنتوج من قبل أفراد الأسرة الجزائرية يصلح للسهرات الشتوية والصيفية معا.

. إبراز القيم الدينية للمجتمع الجزائري من خلال رمز اللباس المحتشم للمرأة .

– ازدواجية المعايير داخل الاسرة بما يوحي بتخبط كبير بين هوية وثقافة المجتمع الجزائري والثقافة الغربية وهذا ما يظهر من خلال تناقض جلسة الشاي التي من المفروض ان تكون هادئة مع صخب الموسيقى والرقص على إيقاعها من قبل افرد الاسرة.

. بروز قيم غربية وغريبة عن مجتمعنا في بعض اللقطات عن طريق الموسيقى الصاخبة في البيت والرقص أمام كبار أفراد الأسرة والتي لا تمد بأي صلة لعاداتنا الاجتماعية.

النتائج العامة للدراسة:

-استعمال شخصيات تبرز العائلة الجزائرية كما يبرز مظاهر عدم التمسك بالعادات و التقاليد التي تمثل واقع الاسرة الجزائرية.

-اظهار اسم المنتج بصورة متكررة في الومضة الاشهارية هدفه ترسيخ الافكار في ذهن المتلقي.

-عدم اعتماد الومضات الاشهارية على توظيف القيم الثقافية للمجتمع الجزائري من خلال التمثلات الاسرية.

-الاشهار عبارة عن خطاب يعتمد اساسا على الحركات و الصور للتأثير ، فالصورة تحمل قوة ايحائية ، فتركز الاشهارات على جذب وترسيخ الصورة في ذهن المتلقي.

-التأثر بالمجتمع الغربي يتجسد من خلال بروز التمثلات الاسرية و قيم غريبة عن مجتمعنا .

خاتمة:

يقدم الإشهار التلفزيوني مجموعة من الدلالات باستخدام جملة من الأساليب الاقناعية والقوالب الفنية التي تستخدم في كتابته و التي تجعل هذا العمل الفني أكثر تكاملا ،كما تستخدم هذه الومضات علامات ايقونية و علامات تشكيلية و مدونات لونية تجعل المتلقي يتأثر بها حيث تبث عبر هذه العلامات رسائل خفية و ايديولوجيات لا يمكن للمشاهد العادي فهمها أو تحليلها .

فبتحليلنا لومضتين للتلفزيون الجزائري تحديدا قناة الشروق حاولنا كشف تلك الرسائل وقد توصلنا إلى أن ابراز التمثلات الاسرية في الإشهار التلفزيوني يحمل الكثير من الإيحاءات بتحول قيم الأسرة التي باتت تبتعد شيئا فشيئا عن قيمها الجزائرية والإسلامية و العربية لتستبدلها بقيم غربية تتحلل معها قيم احترام الصغير للكبير والسلطة الأبوية والقدوة الحسنة.

قائمة المصادر والمراجع

أولا : المعاجم

01- ابن منظور ،لسان العرب ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، 1999، ط13

02- المشابقة بسام عبد الرحمان ، مصطلحات العلاقات العامة ، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ،2013

03- بدوي احمد زكي ، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، دار المعرفة للطباعة والنشر ، بيروت ،1982

04- حجاب محمد منير،المعجم الإعلاني ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر ،2004

05- عمر احمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط1 ، عالم الكتب ، مصر ،2008

ثانيا : الكتب

01- أبو اسعد احمد عبد اللطيف ، سامي محسن الختاتنة ، سيكولوجية المشكلات الأسرية ، ط 1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2011

02- أنجرس موريس ، منهجية البحث العلمي ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، ط2 ، دار القصبة للنشر والتوزيع ، الجزائر ،2006

03- المحمودي محمد سرحان علي ، مناهج البحث العلمي ، ط3، دار مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع ، اليمن ،2015

04- القصاص محمد مهدي ، علم الاجتماع العائلي ، جامعة المنصورة ، كلية الأدب ، سنة 2008

05- الحديدي منى ، الإعلان، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1999

06- بنت صالح المالك حصة ، محمود نوفل ربيع ، العلاقات الأسرية ، دار الزهراء ، الرياض ، الطبعة الأولى ، سنة 2006

07- بيومي خليل محمد محمد، سيكولوجية العلاقات الأسرية ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ،2000

08- جرار مأمون فريز ، العلاقات الأسرية ، ط 1 ، دار الإعلام ، الأردن ، 2006

09- يخلف فايزة ، سيميائيات الخطاب والصورة ، ط1 ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ، لبنان ،2012

10- مرسي كمال إبراهيم ، العلاقة الزوجية والصحة النفسية ، ط 1 ، دار القلم للنشر والتوزيع ، الكويت ،1991
1987 ، ط 2 ، الكويت ، محمد محمد عبد السلام ، العلاقات الأسرية في الإسلام -**11**

ط 1 ، دار النهضة العربية ، قاسم محمد محمد ،المدخل إلى مناهج البحث العلمي -**12**
1999 ، للطباعة والنشر ، لبنان

دار القاهرة للنشر و عدلي رضا، سلوى العوالي، الإعلان الإذاعي و التلفزيوني، -**13**
2008 التوزيع، مصر،

14- صادق رانيا ممدوح ، الإعلان التلفزيوني، دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن،2012

ثالثا : المذكرات

01- أكلي فضيلة ، استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية ، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص ثقافي تربوي ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ،2006/2007

02- العمراوي أحلام ، اثر مشاهدة التلفزيون في تشكيل القيم التربوية للطفل الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال وعلاقات عامة ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، قسم العلوم الإنسانية ،2016/2017

03- الحسين عزي ، الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس ، تخصص علم النفس الاجتماعي ، جامعة مولود معمري –تيزي وزو ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم النفس ،2013

04- بن عاشور سهام ، التكثيف الداخلي للمسكن الجديد وعلاقته بزواج الأبناء ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، -2001 2002

05- بن سلطان سامية ، الأبعاد السوسيوثقافية للصورة الاشهارية المتحركة ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ،2018/2019

06- بوزيان حمزة زيان ، راضية احمد بن سلطان ، التحليل السيميولوجي للاشهار في التلفزيون الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجيلالي بونعامة ، خميس مليانة ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ،2017/2018

07- بالعالية عبد القادر ، التمثلات الاجتماعية للصحة ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص مسوحات سوسيولوجية في مجال الصحة ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ، الجزائر ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ،2015/2016

08- بن ملوكة شهيناز ، التمثلات الاجتماعية للمعرفة المدرسية لدى التلاميذ الذين يظهر لديهم أعراض الانقطاع عن الدراسة ، أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه العلوم في علم النفس الأسري ، جامعة وهران2، الجزائر ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم النفس وعلوم التربية و الارطفونيا ،2014/2015

09- بوصابة عبد النور ، الأساليب الاقناعية للومضات الاشهارية التلفزيونية ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال ،2008/2009

10- بلغيشية سميرة ، أسمهان ميطرة ، مكية لعرباوي ، القيم في الإشهار التلفزيوني الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال الصورة والمجتمع ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ،الجزائر ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ،2012/2013

11- بوعزيز مريم، أساليب الإقناع في الإشهار التلفزيوني، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر،2018

12- بومعزة خديجة ، عائشة بورزاق، دلالات الأشياء في الومضات الاشهارية التلفزيونية الجزائرية،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال و تسويق، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، 2017

13- هالة غنايم ،دور الأسرة في تنمية الاتجاهات الايجابية نحو الدراسة لدى الطفل المدرسة الابتدائية داخل البيت ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربية ، جامعة الشهيد حمة لخضر – الوادي ، الجزائر ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الاجتماعية ، 2015- 2016

14- حبشي فضيلة ، علاقات الجيرة في المدينة الصحراوية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاجتماعية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا 2015/2016

15- مالك محمد إسماعيل، ساكر سيدي محمد منور، ترجمة عينة من المطويات السياحية المتحف العمومي الوطني للفن و التاريخ لمدينة تلمسان، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الترجمة، كلية الآداب و اللغات، قسم الترجمة، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016

16- مشري زينب ، الأساليب الاقناعية في اشهارات موبيليس التلفزيونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر،2014

17- سميرة ونجن ،إسهام الأسرة التربوي في تفوق الأبناء دراسيا ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علم الاجتماع غير منشورة تخصص علم اجتماع التربية ، جامعة محمد خيضر –بسكرة ، الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم اجتماعية ، 2016-2017

18- عزوز فاطيمة الزهراء، طالب آسيا، دور الإشهار التلفزيوني في الترويج للخدمات داخل المؤسسات، شهادة ماستر في علم الاجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2020

19- فنور بسمة، الرسالة الاشهارية في ضل العولمة، مذكرة لنيل شهادة الماحيستيرفي الاتصال و العلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتو ي، قسنطينة، الجزائر،2007

20- قارة ساسية ، الأسرة والسلوك ألانحرافي للمراهق ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص علم اجتماع التربية ، جامعة منتوري قسنطينة ،الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ،2012 /2011

21- قرطي فائزة ، الزوجان والعلاقات الأسرية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع العائلة ، جامعة وهران 2 ،الجزائر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، 2015-2016

22- خميسة عادل، المضامين الاشهارية في الصحافة الجزائرية الخاصة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال و العلاقات العامة،قسم العلوم الإنسانية،جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر،2014

رابعا : المجلات والمطبوعات والمحاضرات الجامعية

01- الدسوقي، محمد السيد، الصور الاشهارية، دراسة في بلاغة الخطاب البصري للجسد الانثوي في الشعر العربي القديم، مجلة الدراسات الشرقية، العدد 45،الشرقية، مصر، 2010

02- بلوداني سهام، محاضرات مقياس سيميولوجيا الصورة، شعبة الإعلام و الاتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر

03- لمطاعي فيروز ، محاضرات مقياس الاشهار الاذاعي و التلفزيوني،إعلام و اتصال، تخصص إذاعة و تلفزيون، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3

04- منصوري خيرة مونية، بن عمار أمال، الإشهار في الجزائر ،دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الجزائرية، المجلة الاقتصادية للاقتصاد و الإدارة،2021

05- مجة وهيبة، محاضرات مقياس سيميولوجيا الصورة، شعبة الإعلام و الاتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر

06- سيفون باية ، محاضرات في السيميولوجيا ، مطبوعة في مقياس السيميولوجيا موجهة لطلبة السنة الثالثة ل م د إعلام واتصال ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ،الجزائر ،2016/ 2015

07- عوينان عبد القادر ، محاضرات في المنهجية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة أكلي امحند اولحاج ، البويرة ، الجزائر2017/2018

08- راشدي وردية ، محاضرات مقياس سيميولوجيا الصورة، شعبة إعلام و اتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة يحيى فارس، المدينة، الجزائر،2020

09- شايب نبيل ، آليات التحليل السيميولوجي للخطاب الاشهاري التلفزيوني من التمثيل إلى التأويل ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 30 ، جامعة يحي فارس المدية ، الجزائر

10- تيميزار فاطمة، محاضرات مقياس سيميولوجيا الصورة، شعبة الإعلام و الاتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2019

فهرس المواضيع

فهرس المواضيع:

المحتوى	الصفحة
شكر وعرفان	
المقدمة العامة	
الإطار المنهجي	
إشكالية الدراسة	01
التساؤلات	02
أسباب اختيار الموضوع	02
أهداف و أهمية الدراسة	02
منهج الدراسة	04-03
عينة الدراسة	05
تحديد المفاهيم	09-06
الدراسات السابقة	11
الفصل الأول : الأسرة و العلاقات	13
المبحث الأول: ماهية الأسرة	13
المطلب الأول: مفهوم الأسرة	16-13
المطلب الثاني: أنواع الأسرة	17-16
المطلب الثالث: مقومات الأسرة	18-17
المبحث الثاني: وضائف الأسرة	18
المطلب الأول: الوظيفة البيولوجية	20-18
المطلب الثاني: الوظيفة النفسية	21-20
المطلب الثالث : الوظيفة الجسمية	21
المبحث الثالث: المداخل النظرية لدراسة الأسرة	21
المطلب الأول : النظرية البنائية	22-21
المطلب الثاني: نظرية الصراع	23
المطلب الثالث: النظرية التفاعلية	24-23

المبحث الرابع: العلاقات الأسرية	24
المطلب الأول : العلاقات بين الزوجين	24-26
المطلب الثاني: العلاقات بين الأبناء و الآباء	26-28
المطلب الثالث: العلاقات بين الإخوة	28
المطلب الرابع: العلاقات الأسرية في الإسلام	28-30
خاتمة الفصل	30
الفصل الثاني: الإشهار التلفزيوني	31
المبحث الأول: ماهية الإشهار	32
المطلب الأول: تعريف الإشهار	32
المطلب الثاني: أنواع الإشهار	32-34
المطلب الثالث: أهداف ووظائف الإشهار	34-35
المبحث الثاني: الإشهار التلفزيوني وأساليبه في جذب إنتباه الجمهور	35
المطلب الأول: عناصر الإشهار التلفزيوني	35-37
المطلب الثاني: المقالب الفنية للإشهار التلفزيوني	37-38
المطلب الثالث: مراحل إعداد الإشهار التلفزيوني	38
المبحث الثالث: الأساليب الإقناعية في الإشهار التلفزيوني	39
المطلب الأول: طرق الإقناع في الإشهار التلفزيوني	39
المطلب الثاني: الأساليب الإقناعية المرتبطة بالشكل	39-40
المطلب الثالث: الأساليب الإقناعية المرتبطة بالموضوع	40-41
المبحث الرابع: سيميولوجيا الخطاب الإشهاري	41-42
المطلب الأول: تعريف السيميولوجيا	42-43
المطلب الثاني: خطوات تحليل الصورة	43
المطلب الثالث: أبرز مقاربات تحليل الإشهار	43-45
خلاصة الفصل	45
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
تعريف بقناة الشروق	46
تطبيق مقاربة رولن بارث على عينة من الإشهارات	47
تحليل ومضة لويا	47-61
تحليل ومضة سفاري	61-75

خاتمة عامة	
قائمة المصادر و المراجع	