



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

الموضوع:

الاغتراب الثقافي في الإشهار التلفزيوني بالجزائر

- دراسة تحليلية لعينة من الإشهارات بقناتي " الشروق تي في " و " والنهار تي في "-

إشراف الدكتور:

حموش عبد الرزاق

إعداد الطلبة:

درقالي نبيلة

عوالمية كوثر

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	أعضاء اللجنة
رئيسا	د/ علوي أميرة
مناقشا	أ/ روايقية زهرة
مشرفا	د/ حموش عبد الرزاق

السنة الجامعية: 2022/2021



قال الله تعالى

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقل رب زدني علما "

صدق الله العظيم (طه) 114

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

"من سلك طريقا يلتمس فيه علما سهل الله به طريقا إلى الجنة "

رواه مسلم

## الشكر والعرفان

بسم الله الذي بنعمته تتم الصالحات

بسم الله الذي بفضله تلين العقبات

بسم الله الذي بستره يستر السيئات

والصلاة والسلام على خير البرية

هادي البشرية نور الحق المبعوث رحمة للعالمين وبعد

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " لا يشكر الله من لا يشكر الناس " رواه أحمد

الحمد لله والشكر الأول والأخير إلى الذي يعطي فلا يبخل ويمنح دون أن يسأل رب الكون المبجل فللك  
الشكر يا رب

نرفق الشكر والعرفان والثناء لمشرفنا الفاضل الأستاذ الدكتور حموش عبد الرزاق على جميله وصبره وطول باله  
وسعة قلبه رغم مهامه الصعبة والكثيرة لم يبخل علينا بالتشجيع والإرشاد وغمرنا بالإرشادات القيمة طيلة فترة  
انجاز هذا البحث فأضاء لنا الطريق وذل لنا صعاب العمل ووثق بنا وزرع الثقة في أنفسنا فكان لنا أستاذا وأبا  
موجهها كما نقول له جزاه الله عنا خير جزاء وله منا أسمى معاني الاحترام والتقدير.

كما لا يفوتنا أن نوجه شكرنا لأعضاء لجنة المناقشة الذين حضرت أسماءهم في هذا المفصل الهام من حياتنا  
.تحياتنا الحارة لكم

ونشكر بلساننا الموحد كل من شجعنا بالكلمة، ولو من أجل الدافعية وإثارة الحماس.

## الإهداء

أهدي تخرجي الجامعي لأبي وامي الغاليين اللذان يعجز اللسان عن وصفهم كانوا لهم أعمق الجهود في تحقق النجاح في هذه الرحلة العلمية كما أهدى تخرجي.

إلى أختي حياة ومساعدتها المقدمة في فترات شتات الأفكار.

اشكر الصغير أحمد لدعمه النفسي في هذه المرحلة.

شكرا لرفيقتي واختي كوثر لكونها شريكة عمل ورفيقة دربي.

## نبيلة

إلى الذي علمني معنى الإرادة والتحدي والاعتماد على النفس إلى من هو في حياتي نقطة انطلاق إلى زادي المادي والمعنوي وعمدة قلبي ومفتاح عظمتي وافتخاري إلى روح والدي الخالدة التي رحلت عني دون ان تكتمل فرحته بنجاحي.

إلى التي جنة الرحمان تحت اقدامها إلى سر سعادتي وباعثة كياني ومصدر قوتي إلى امي الغالية التي تحملت معي مشقة العمر حفظك الله واطال في عمرك.

إلى من ينبض لهم القلب حبا واعتزازا إلى اخوتي: إلى نسرين وإلى هبة الرحمان وإلى أخي العزيز عبد الرحمان.

إلى ايقونتي الغالية وإلى اعز انسانة عرفتها في حياتي رفيقة الدرب صديقتي نبيلة.

## كوثر

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على أحد الظواهر السلبية التي تهدد ثقافة المجتمع الجزائري الا وهي ظاهرة الاغتراب الثقافي في الاشهار التلفزيوني الجزائري فالإشهارات لم تصبح فقط أداة لترويج السلع او خدمة بل أصبحت تروج لثقافات مختلفة عن المجتمع الاصلي.

من أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة استخدمنا منهج تحليل المضمون بأسلوب المعاينة فبلغ عدد مفردات عينة الدراسة التحليلية (8) إشهارات تلفزيونية جزائرية واستخدمنا كل من الملاحظة واستمارة تحليل المحتوى كأدوات لجمع البيانات تتناسب مع موضوع دراستنا. وفي الأخير توصلنا إلى عدد من النتائج نورد أهمها فيما يلي:

\_\_تحققت مظاهر الاغتراب الثقافي (الاغتراب عن القيم، الاغتراب عن العادات والتقاليد، الاغتراب عن اللغة) في عينة الإشهارات المدروسة.

\_\_ظهر الاغتراب الثقافي والتخلي عن القيم المجتمع الجزائري من خلال الترويج لقيمة التحرر فالهدف الحقيقي منه هو غرس الافكار الغربية في الأفراد وخاصة في عقل المرأة المسلمة وتحويلها الى امرأة غربية.

\_\_ظهور مؤشرات العنصرية ضد الجزائري ذو البشرة السوداء وهي الصورة النمطية المنقولة عن الإشهارات الغربية ذات الطبيعة العنصرية ضد الشرائح الزنجية والأصول الإفريقية.

\_\_العزوف عن استخدام اللغة العربية وتهميشها في عينة الإشهارات المدروسة واستبدالها بالعامية والفرنسية والدمج بينهما واطافة اللغة الانجليزية.

\_\_وجود واضح لرموز لها دلالات غربية دخيلة على المجتمع المحافظ الجزائري وذلك من خلال اظهار براميل تخمير المسكرات كجزء من الديكور في الإشهار الجزائري.

\_\_جاء توظيف الموسيقى الغربية في الإشهارات المدروسة كمظهر طاغي ضمن المؤثرات الصوتية.

**الكلمات المفتاحية:** الاغتراب، الاغتراب الثقافي، الإشهار التلفزيوني.

**Abstract :**

This study aims to highlight one of the negative phenomena that threaten the culture of Algerian society, namely the phenomenon of cultural alienation in Algerian television advertising, as advertising has not only become a tool for promoting goods or service, but has become promoting cultures different from the indigenous society.

In order to achieve the objectives of this study, we used the content analysis method in the sampling method, reaching the number of vocabulary of the sample of the analytical study (8) Algerian television signaling and using both the observation and the content analysis form as data collection tools commensurate with the subject matter of our study. In the end, we have reached a number of results, the most important of which are :

\_ Cultural alienation (alienation from values, alienation from customs and traditions, alienation from language) were achieved in the sample of well-studied advertising.

\_ Cultural alienation and the abandonment of the values and morals of Algerian society have emerged by promoting the value of emancipation, the real goal of which is to instill Western ideas in individuals, especially in the mind of Muslim women and turn them into Western women.

\_ The emergence of signs of racism against black Algerians, a stereotype transmitted from Western advertising of a racist nature against negroes and African origins.

\_ Refrain from using Arabic and marginalize it in the sample of studied advertising and replace it with colloquial and French and merge them and add English.

\_ The clear presence of symbols with western connotations alien to Algerian conservative society by showing the barrels of fermentation of liqueurs as part of the décor in the Algerian publicity.

\_ The use of Western music in well thought out advertising came as a dominant appearance within the sound effects.

**Keywords :** Alienation, Cultural Alienation, Television Advertising.

## فهرس المحتويات

شكر وعرفان	
إهداء	
ملخص الدراسة	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
مقدمة.....أ	
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
6.....إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	
7.....أهمية الدراسة وأهدافها	
7.....أسباب اختيار الموضوع	
8.....الدراسات السابقة	
مفاهيم	
11.....الدراسة	
الدراسة	مجتمع
15.....وعينتها	
17.....منهج الدراسة	
مجال	
19.....الدراسة	
البيانات.	ادوات
20.....جمع	
الخلفية	
النظرية	لدراسة
21.....	
الفصل الثاني: الاغتراب الثقافي المظاهر والأسباب	
تمهيد.....	
24	
أولاً: الاغتراب: المفهوم، النشأة ونظرياته.	



1\_ مفهوم الاغتراب..... 24.....

2\_ نشأة الاغتراب..... 24.....

3\_ نظريات تفسير الاغتراب ..... 25.....

ثانيا: أبعاد الاغتراب ومراحله

1\_ أبعاد الاغتراب..... 28.....

2\_ مراحل الاغتراب..... 30.....

ثالثا: أنواع الاغتراب

1\_ الاغتراب الاجتماعي..... 31.....

2\_ الاغتراب السياسي..... 31.....

3\_ الاغتراب النفسي..... 32.....

4\_ الاغتراب الاقتصادي..... 32.....

5\_ الاغتراب الديني..... 32.....

6\_ الاغتراب القانوني..... 32.....

7\_ الاغتراب الوظيفي..... 32.....

8\_ الاغتراب الرقمي أو التكنولوجي..... 33.....

9\_ الاغتراب التعليمي..... 33.....

رابعا: مظاهر الاغتراب الثقافي

1\_ التأثير على الهوية الثقافية..... 33.....

33

2\_ أثر العولمة في الاغتراب

الثقافي..... 34.....

3\_ الصراع بين الماضي والحاضر في الثقافة العربية .

35.....

خامسا: الأسباب المؤدية للاغتراب الثقافي

1\_ الاسباب الاجتماعية..... 35.....

2\_ الاسباب الاقتصادية..... 36.....

3\_ الاسباب الثقافية..... 36.....

خلاصة..... 37.....

## الفصل الثالث: الإشهار النشأة التطور والخصائص

تمهيد.....

39

أولاً: مفهوم، نشأة وأهمية الإشهار

1\_ مفهوم الإشهار..... 39

2\_ نشأة الإشهار..... 40

3\_ أهمية

الإشهار..... 41

ثانياً: أهداف الإشهار التلفزيوني ووظائفه ومبادئه

1\_ أهداف الإشهار

التلفزيوني..... 41

2\_ وظائف الإشهار

التلفزيوني..... 42

3\_ مبادئ الإشهار

التلفزيوني..... 43

ثالثاً: أنواع وعناصر الخطاب الإشهاري التلفزيوني

1\_ أنواع الإشهار التلفزيوني..... 44

2\_ عناصر الإشهاري

الخطاب

التلفزيوني..... 45

رابعاً: خصائص الإشهار التلفزيوني وعوامل تطوره

1\_ خصائص الإشهار التلفزيوني..... 46

2\_ عوامل تطور الإشهار التلفزيوني..... 47

3\_ الاتصال الإقناعي..... 48

خلاصة..... 51

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

1\_ عرض وتحليل البيانات..... 58

2\_ تحليل سيميولوجي لبعض اللقطات من إشارات محل

الدراسة..... 89

92.....	3_ النتائج العامة للدراسة.....
94.....	4_ خاتمة.....
95.....	5_ التوصيات.....
	6_ قائمة المصادر
96.....	والمراجع.....
107.....	7_ الملاحق.....

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
58	يمثل فئة مدة العرض الإشهارات	01
59	يمثل فئة اللغة المستخدمة في الإشهارات	02
61	فئة الأشخاص الفاعلين في الرسالة الإشهارية	03
63	يمثل فئة نوع الملابس المستخدمة	04
65	يمثل فئة الرموز التي تنتمي لثقافات غربية	05
67	يمثل فئة الأماكن التي تمت فيها الاحداث (الديكور)	06
68	يمثل فئة الكتابات على اللوحات والجدران	07
70	يمثل فئة الاغتراب عن العادات والتقاليد	08
71	يمثل فئة انواع اللقطات	09
73	يمثل فئة زوايا التصوير	10
75	يمثل فئة اشكال الشخصية	11
77	يمثل فئة المؤثرات الصوتية	12
78	يمثل فئة نوع الموسيقى	13
80	يمثل فئة موضوع الإشهارات	14
81	يمثل فئة القيم التي يروج لها الإشهار	15
83	يمثل فئة اتجاه قيم الاشهار	16
85	يمثل فئة نمط الحياة المروج له في الإشهارات	17
87	فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة الاشهارية	18

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
50	نموذج للاتصال الإقناعي	01
51	مخطط يوضح تأثير الثقافة على السلوك والسلوك في الثقافة	02
59	أعمدة بيانية توضح فئة اللغة المستخدمة في الإشهارات	03
62	أعمدة بيانية توضح فئة الأشخاص الفاعلين في الرسالة الإشهارية	04
64	أعمدة بيانية توضح فئة نوع الملابس المستخدمة	05
66	أعمدة بيانية توضح فئة الرموز التي تنتمي لثقافات غربية	06
67	أعمدة بيانية توضح فئة الأماكن التي تمت فيها الاحداث (الديكور)	07
69	أعمدة بيانية توضح فئة الكتابات على اللوحات والجدران	08
70	أعمدة بيانية توضح فئة الاغتراب عن العادات والتقاليد	09
72	أعمدة بيانية توضح فئة انواع اللقطات	10
74	أعمدة بيانية توضح فئة زوايا التصوير	11
76	أعمدة بيانية توضح فئة اشكال الشخصية	12
77	أعمدة بيانية توضح فئة المؤثرات الصوتية	13
79	أعمدة بيانية توضح فئة نوع الموسيقى	14
80	أعمدة بيانية توضح فئة موضوعات الإشهارات	15
82	أعمدة بيانية توضح فئة القيم التي يروج لها الإشهار	16
84	أعمدة بيانية توضح فئة اتجاه قيم الاشهار	17
86	أعمدة بيانية توضح فئة نمط الحياة المروج له في الإشهارات	18
88	أعمدة بيانية توضح فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة الاشهارية	19



## مقدمة:

تعد ظاهرة الاغتراب الثقافي تغيرا اجتماعيا قديما نشأ، اين يشعر الفرد باختلافه عن عالمه وقيمه ومحيطه ورفضه إعادة الاندماج في واقعه، وهو ما يمثل خطرا وجوديا قد يتسبب في تفكك المجتمع وظهور شرائح لا تم له بصلة. ويرتبط الاغتراب الثقافي بمختلف الابعاد النفسية والاجتماعية والاقتصادية. لكن المكون الثقافي المتعلق بالأفكار والعقيدة والنظرة العامة للواقع وأسلوب الحياة، هو ما كان المؤثر الأكبر.

يعتبر الاغتراب الثقافي من مفرزات العصر حيث تعاني منه حتى الدول الغربية نفسها حسب ما تم الاطلاع عليه من الدراسات في هذا المجال ويتخذ الاغتراب الثقافي صورا مختلفة يتشكل بها في المجتمع.

كان للإعلام دور كبير في التحولات التي يعرفها العالم في مختلف المجالات وخاصة المجال الثقافي بكل أدواته ووسائله، والتي نذكر منها الاشهار حيث عرف هذا الآخر منذ القديم إنما تعرض لعدة تغيرات أحدث تطورات هامة عليه منها التغييرات الاجتماعية والتكنولوجية والاقتصادية مما شكل منه عدة أنماط.

ويحتل الاشهار التلفزيوني مكانة لدى المعلنين والمؤسسات الاعلامية والانتاجية على حد سواء نظرا لأهمية الوسيلة «التلفزة» وهذا ما جعل الاشهار التلفزيوني من بين الانواع الباهظة التكاليف حيث يستطيع ال مصمم ارسال الرسالة بالصورة والصورة والمؤثرات مما يجعل تأثيره وقبوله لدى المستهلك أكبر.

ولهذا قمنا بإنجاز هذا البحث الذي يدور موضوعه حول الاغتراب الثقافي وعلاقته بالإشهار التلفزيوني الجزائري. وذلك من خلال اطلاعاتنا النظرية التي جمعناها في الجانب النظري، واعتماداً على ما لاحظناه ولمسناه في الجانب التطبيقي، وقد قسمنا موضوع بحثنا على النحو التالي:

الفصل الأول: الجانب المنهجي والذي جاء على النحو التالي: تناولنا فيه مشكلة البحث، وأهمية البحث، أهداف البحث، تحديد مفاهيم البحث، وحدود البحث وإجراءاته.

الفصل الثاني: تطرقنا فيه الى الاغتراب الثقافي المظاهر والاسباب، ابعاد الاغتراب.

الفصل الثالث: تطرقنا فيه الى الاشهار النشأة والتطور والخصائص، أهدافه وظائفه وعوامل تطوره واخيرا

الاتصال الإقناعي.

أما الجانب التطبيقي: والذي يمثل الجانب العملي الميداني ويضم: الاجراءات المنهجية للبحث ونتطرق

فيها لمنهج الدراسة، الادوات المستخدمة في الدراسة، عرض وتحليل البيانات ثم الوصول الى نتائج الدراسة

بالإضافة ملخص لما توصلنا اليه.



# الإطار المنهجي

# الفصل الأول: إطار الدراسة ومنهجيتها

❖ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

❖ أهمية الدراسة وأهدافها

❖ أسباب اختيار الموضوع

❖ الدراسات السابقة

❖ مفاهيم الدراسة

❖ مجتمع الدراسة وعينتها

❖ منهج الدراسة

❖ مجال الدراسة

❖ ادوات جمع البيانات

❖ الخلفية النظرية لدراسة

## إشكالية الدراسة:

أصبحت المجتمعات العربية تعاني من إفرافات ظاهرة العولمة التي مست كل المجالات وخاصة المجال الثقافي، وكان للإعلام الدور البارز في ذلك. ومن بين مظاهر العولمة التي تشكل خطورة كبيرة على المجتمعات العربية والمجتمع الجزائري خاصة نجد ظاهرة الاغتراب الثقافي. حيث أصبح أغلب شبابنا وأطفالنا يبحثون عن ثقافات أخرى ونموذج ثقافي آخر ليتبناه بمختلف مكوناته بكل مساوؤه، بما في ذلك المظهر الخارجي وما تعلق باللباس والنمط العمراني، ولغة غريبة غريبة جملة وتفصيلا عن المجتمع الجزائري، ولقد أضحت المضامين الإعلامية بما فيها الرسائل الاشهارية تقدم قيما وعادات وتقاليد وسلوكيات مخالفة لما تقدمه مؤسسات التنشئة في المجتمع العربي عامة والجزائري خاصة، حيث نجد الاشهار يقوم بوظائف بالغة الأهمية في تغيير العادات والتقاليد والقيم التي يتبناها الأفراد في المجتمع .

ويصمم الإشهار لهدفين ظاهري وباطني، حيث في ظاهره يهدف لترويج سلعة معينة، بينما يكمن الهدف الخفي في تغيير القيم والعادات والتقاليد وقد يتعدى ذلك إلى اللغة العربية ومحاولة المساس بقدسية الدين في بعض الأحيان. حيث يقول «Edgar Mori» أنه لا يمكن اعتبار الاشهار وما يحمله من رسائل اتصالية باي حال من الاحوال مجرد محرك اقتصادي ونظام للعمل التجاري، انما هو ظاهرة اجتماعية على حد تعبيره" (سطوطاح, سميرة، 2014، صفحة 255) تظهر المشكلة الرئيسية التي تتناولها الدراسة حول ما هي أهم أبعاد ومظاهر الاغتراب الثقافي كمظهر من مظاهر العولمة التي افرزت الكثير من الإشكاليات في العالم ككل، والعالم العربي خاصة.

وهنا نطرح التساؤل الآتي: ما هي مظاهر الاغتراب الثقافي في الإشهار التلفزيوني بالجزائر؟

ومنه تتفرع الاسئلة الفرعية التالية:

- هل برزت مظاهر الاغتراب الثقافي (الاغتراب عن القيم، الاغتراب عن العادات والتقاليد، الاغتراب عن اللغة) في الإشهار الذي يعرض على التلفزة الجزائرية في عينة الدراسة؟
- هل تحقق بعد الاغتراب الثقافي عن القيم في الإشهار التلفزيوني الجزائري في عينة الدراسة؟
- هل تجسد الاغتراب الثقافي عن العادات والتقاليد بما في ذلك (الملابس، الأكل، المشرب، نمط العيش)؟

### 3. أهمية الدراسة:

- أهمية موضوع الدراسة وما يثيره حول العلاقة بين تمثيلات الاغتراب الثقافي في اشهار التلفزيون الجزائري.
- تدعيم الاتجاه البحثي في مجال الإشهار وكذا إشكالية الاغتراب الثقافي في المجتمع الجزائري، والمساهمة في توفير قدر من المعلومات حول الموضوع.
- ندرة الدراسات التي جمعت بين متغيري الدراسة الاغتراب الثقافي وكذا الإشهار التلفزيوني، وهذا ما أضاف لموضوع الدراسة بعدا موضوعيا ومبررا بحثيا هاما.

### 4.أهداف الدراسة:

- الكشف والبحث عن مظاهر الاغتراب الثقافي التي يعمل مصممو الإشهار عليها في الجزائر.
- محاولة التعرف على أهم الأبعاد التي تتمظهر في الإشهار التلفزيوني الجزائري.
- تسليط الضوء على موضوع الاغتراب الثقافي ومدى تشكله من خلال الإشهارات التلفزيونية الجزائرية.
- وصف العلاقة بين متغيري الدراسة من خلال الدراسة التحليلية للإشهارات التلفزة الجزائرية.
- رصد العلاقة الموجودة بين الاغتراب الثقافي وعرض الإشهار على التلفزيون الجزائري.

### 5. اسباب اختيار الموضوع:

قبل الانطلاق في دراسة الموضوع لابد من معرفة الأسباب التي دفعتنا لدراسة موضوعنا

#### 1.5. اسباب ذاتية :

- اهتمامنا بالجانب التحليلي للمواد الإعلامية بأنواعها وتم اختيار الإشهار كمادة إعلامية.
- مبولنا للدراسات التحليلية والكشف عن المعاني الباطنية للرسائل الإعلامية من خلال الالوان وكل العناصر المكونة للصورة والصوت.
- تفطن لظاهرة الاغتراب الثقافي المنتشر بدرجة كبيرة في المجتمع الجزائري.

#### 2.5. اسباب موضوعية :

-أهمية الموضوع فجعل الدراسات درست الاغتراب من نواحيه الاخرى ولم يتطرقوا بعد لدراسة الاغتراب في الإشهار وبهذا فهي من المواضيع الجديدة التي يمكنها ان تغطي على هذا الجانب.

## 6.الدراسات السابقة :

أولاً: الدراسات التي تناولت الاغتراب:

الدراسة الأولى: علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال باغتراب الشباب دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة 2011\_2012، لمنصر خالد مذكرة ماجستير، جامعة باتنة.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والاعتراب عند الشباب الجامعي، و تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة باتنة ، كما كانت العينة قصدية طلبة السنة الجامعية 2011 و2012،و استخدم منهج المسح الوصفي، و اعتمد الباحث على الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات من الباحثين إضافة للملاحظة ؛ كما أظهرت نتائج الدراسة أن غاية مشاهدة الشباب الجامعي للقنوات الفضائية لتثقيف و الغاية من استخدام شبكة الأنترنت للبحث العلمي، كما وأن الدوافع الجوهرية حسب ما أظهرته الدراسة لاستخدام هؤلاء للهاتف المحمول هو الاتصال، و أظهرت نتائج الدراسة شعور الفرد بالغرابة و الوحدة نتيجة مشاهدة التلفاز، وأن الاستخدام المستمر لتكنولوجيا الإعلام والاتصال يزيد من الغربة والخلوة ن وأن وجود الهواتف المحمولة قلل من الزيارات الأقارب لدى الأفراد بالإضافة إلى كون الشباب يفضلون الوحدة عند استخدامهم لوسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وزيادة على ذلك أنها تنسيه الدراسة والمهموم ،كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تعتبر الاسس التي يرى فيها أفراد العينة المبحوثة حل لمواجهة الاغتراب و كانت أبرزها التمسك بالقيم والأخلاق السائد في المجتمع، و اعتبر أن المؤسسات الاجتماعية "الأسرة..." و تنمية الوازع الديني هي أهم الطرق و السبل لتحقيق ذلك.

الدراسة الثانية: البيئة الرقمية وعلاقتها بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين 2016 لإيمان نوى.

هدفت الدراسة لمعرفة طبيعة العلاقة بين البيئة الرقمية عند الطلبة على عينة قدرت ب 410 طالب من مستخدمي البيئة الرقمية بجامعة محمد خضير، وقد استعانة بطريقة كرة الثلج في اختيارها للعينة استخدمت المنهج الوصفي التحليلي باستعمال مقياس البيئة الرقمية من إعداد جماعة البحث و كذا مقياس الاغتراب و قد استعانة في بناء المقياس الأخير بالمقياس الاغتراب عند طلبة الجامعة (سمية حسن أبكر) عن طريق الأساليب الإحصائية والاختبارات: اختبارات ستودنت للتحقق من الصدق التمييزي، وكذا معامل بيرسون من الثبات بالإعادة و صدق الاتساق الداخلي و معادلة سبيرمان براون للإنصاف المتناوبة للتحقق

من الثبات بالتجزئة النصفية، معادلة جتمان للتجزئة النصفية للتحقق من الثبات بالتجزئة النصفية، ألفا كرو نباخ .

وقد جاءت نتائج الدراسة على النحو التالي:

\_\_توجد فروق في استجابات مفردات العينة على مقياس البيئة الرقمية تعزى لمتغير الجنس.

\_\_توجد فروق في استجابات مفردات العينة على مقياس البيئة الرقمية تعزى لمتغير التخصص الجامعي.

\_\_لا توجد فروق في استجابات افراد العينة حول مقياس الاغتراب تعزى لمتغير الجنس.

كما أظهرت النتائج أنه توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للبيئة الرقمية واللامعيارية والعزلة الاجتماعية ومركزية الذات والتمرد عندهم.

**الدراسة الثالثة: فقدان الهوية لدى الشباب وعلاقتها بوسائل الاتصال الرقمية دراسة لسهام قنيفي منشورة في المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية 2019.**

سعت الباحثة من خلال بحثها الى البحث في العلاقة الجدلية بين مفهوم الهوية و الاغتراب والعوامل الفاصلة بينهما على اعتبار أنهما قطبين متضادين، بالإضافة إلى محاولة توصيف إفرازات الثورة الاتصالية الرقمية على بروز مشاعر الاغتراب و تجلياته بين الشباب خاصة في ظل الاستخدام المكثف لتلك الوسائل وكذا تداعيات الشعور بالاغتراب على الشباب و المجتمع استخلصت الباحثة العديد من النتائج التي أسفرت عليها الدراسة من بين المشاكل و الإشكاليات التي أفرزها استخدام الشباب للوسائل الرقمية: الهامشية التطرف، العنف و الإرهاب، تعاطي المخدرات، الانتحار، ضعف المشاركة السياسية، الاضطرابات النفسية... بالإضافة إلى ذلك أن الوسائل لم تساعد كثيرا على تحقيق الذات و الهوية و إنما عملت على طمسها أكثر و تحقيق مشاعر الاغتراب، لتفادي هذه الآثار المدمرة لا يوجد إلا بوعي الأفراد بما يتلقونه من مضامين عبر الوسائل و كذا الاستخدام الايجابي للتقنية و المحتوى.

**ثانيا الدراسات التي تناولت الاشهار:**

**مذكرة دكتوراه الاشهار والطفل دراسة تحليلية داخل الأسرة من خلال المنظر الإشهارية وتأثيرها على السلوك الاستهلاكي للطفل لسطوطاح سميرة جامعة باجي مختار عنابة 2010.**

هدفت الدراسة للبحث في تأثير الإشهار التلفزيوني على طفل، من خلال دراسة أنماط الاتصال الأسري المقدمة في رسائل الإشهارية والمستخدمة للتأثير في السلوك الاستهلاكي للطفل عن طريق المنهج

الوصفي من خلال استخدام تحليل المحتوى التقنية مكانتها من تحليل عينة من الإشهارات التلفزيونية بالإضافة إلى المنهج التجريبي، استعانت به الباحثة لقياس تأثير الإشهار التلفزيوني في سلوك الطفل الاستهلاكي مستعينة في ذلك بخطوات هذا المنهج، عينة الدراسة تضمنت العينة القصدية ب 10 إشهارات و كذا عينة الدراسة التجريبية فقد ضمت 85 تلميذ من مدرسة فنون عمار2، اما الادوات فقد استعانت باستمارة تحليل المحتوى، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

\_ظهور نمط الأسرة الاستشارية كنمط مستعمل في إشهارات عينة الدراسة.

\_ظهور نمطي أسرة دعه يفعل ونمط الأسرة التعددية وهما نمطان مختلفان تماما عن النمط الاتصالي الموجود في الأسرة الجزائرية.

\_اعتماد إشهارات عينة الدراسة على تقديم مجموعة من السلوكيات لحث الأطفال على السلوك الاستهلاكي.

\_الاهتمام الكبير بالجوانب الفنية والخراجية في بناء الرسائل الإشهارية.

مذكرة ماجستير الرسالة الاشهارية في ظل العولمة دراسة تحليلية للرسالة الاشهارية في الفضائيات العربية قناة الشرق الاوسط ام بي سي نموذجاً لفنور بسمة جامعة منتوري قسنطينة 2008.

تتخذ هذه الدراسة اهميتها من اهمية الموضوع في حد ذاته هذا الاخير يطرح نفسه بإلحاح سواء من الناحية حدثته او جمعه بين موضوعين لا يقل أحدهما عن الآخر ومما يمكن ان يحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها، كما ترجع اهمية الدراسة الى:

-الانتشار الواسع للإشهار الذي أصبح يلازماً في يومياتنا، فنجد في كل مكان في الشوارع والاماكن العمومية، وسائل النقل، واجهات المحلات والمؤسسات فضلاً عن وسائل الاعلام والاتصال.

-الاهمية الكبيرة للإشهار من خلال قدرة رسالته على التأثير في الجمهور من جهة وباعتباره الممول الاساسي لوسائل الاعلام من جهة اخرى.

-التعرف على الرسالة الاشهارية ومضمونها والاساليب التي تستخدمها للترويج وتسويق السلع والتأثير في المستهلك.

استخدمت الباحثة منهج تحليل المحتوى وتكونت عينة البحث من مجموعة الإشهارات المعروضة على قناة الام بي سي وتوصلت الدراسة لنتائج التالية:



-تحتل الإشهارات مساحة زمنية مهمة من زمن البرامج في القنوات الفضائية.

-تروج الإشهارات في الفضائيات العربية للقيم الغربية

### التعليق على الدراسات السابقة:

تعتبر هذه الدراسات مهمة خاصة فيما يتعلق بمتغير الاغتراب الثقافي، وهذا ما يتشابه مع دراستنا حيث هدفت هذه الدراسات الى معرفة هذه الظاهرة وتحديد مظاهرها وابعادها، واستفدنا من هذه الدراسات في التعرف على ظاهرة الاغتراب الثقافي ومدى انتشارها في المجتمع كما سعدتنا هذه الدراسات في هيكله الفصل الأول من الإطار النظري.

واتفقت الدراسات السابقة مع دراستنا على متغير مشترك وهو الاشهار التلفزيوني، وسعدتنا الدراسات السابقة في اعداد استمارة تحليل المحتوى، وكيفية تحليل محتوى الإشهارات كما سهلت علينا اختيار المراجع التي تتناول الاشهار التلفزيوني، بالإضافة الى تدعيم النتائج التي توصلت اليها دراستنا وذلك من خلال دراسة الرسالة الاشهارية في ظل العولمة لان هذه الأخيرة تعتبر العامل الرئيسي، المؤدية الى اغتراب الثقافي للمجتمع.

### 7.تحديد مفاهيم الدراسة :

#### أولا الاغتراب:

**مصطلح الاغتراب في اللغة:** إن المقابل للكلمة العربية «اغتراب» أو «غربة»، هو الكلمة الانجليزية "Alienation" والكلمة الفرنسية "Aliénation" واشتقوه من الكلمة اللاتينية "Alienus" أي الانتماء الى شخص او التعلق به. (خليفة ع.، 2006، صفحة 9\_10)

نشأت كلمة الاغتراب من اسم لاتيني "alienatio" والذي بدوره مشتق من الفعل اللاتيني "alienare" الذي يعني "إزالة" أو "سبب". (Sarfraz, 1997, p. 45)

مصطلح الاغتراب أما جاء في عدد من الموسوعات والمعاجم والقواميس اللغوية والتخصصية وذلك على النحو التالي:

1. في معجم المصطلحات الفلسفية فقد عرف الاغتراب على النحو التالي اللفظ الانجليزي أو الفرنسي يقابل ثلاثة ألفاظ في اللغة الألمانية

"Verausserung" - "Entausserung" - "Entfremdung"

اللفظ الأول يدل على معنى قانوني، أي بيع الملكية، والثاني يدل على (التخارج) والثالث يدل على الغربة ويعني خلق عمل موجود (خارج) خالقه، وهو يعني الاغتراب إذ أصبح العمل غريباً عن خالقه.

2. وأوضح ((هاري ولامب)) 1984 في قاموس المعارف السيكلوجية أن الاغتراب يدل على حالة أو عملية يكون فيها شيء ما مفقوداً أو غريباً عن الشخص الذي يمتلكه أصلاً، فمفهوم ماركس للعمل المغترب يشير إلى اغتراب العامل عن إنتاجه في العلاقات الرأسمالية للإنتاج. (عبد الله، 2008، صفحة 27\_28)

إن كلمة اغتراب مستمدة من الفعل اللاتيني Alienare، والذي يعني نقل ملكية شيء ما إلى آخر ويعني الانتزاع والإزالة، وهذا الفعل مستمد بدوره من الكلمة الأخرى هي Alieus مستمدة من كلمة Aluis الذي يدل على الأخر كإسم أو صفة. (خلفون، اسماء، 2018، صفحة 201)

في اللغة العربية نقول: " غرب " أي ذهب وتنحى من الناس و " التغرب " يعني البعد، و " الغربة والغرب يعني النزوح عن الوطن و " الغريب " هو البعيد عن وطنه. (جديدي، 2012، صفحة 348)

#### اصطلاحاً:

فقد عد أغفل الباحثين ظاهرة الاغتراب، ظاهرة انسانية وحدة في مختلف انماط الحياة الاجتماعية وفي كل الثقافات ولكن بدرجات متفاوتة، وذلك ان الاغتراب قد يعني الانفصال وعدم الانتماء ويعرف ايضا بأنه وعد الفرد بالصراع القائم بين ذاته والبيئة المحيطة به، وبصورة تتجسد في الشعور بعدم الانتماء والسخط والقلق. (خليفة ع.، 2006، صفحة 13)

الاغتراب مصطلح شديد العمق، و عريق الأصل، ضارب الجذور إلى فجر البشرية جمعاء إذ يعود إلى تلك اللحظة المتعالية التي غربت فيها الجنة بنعيمها السرمدي عن آدم عليه السلام ونزل الأرض (مغترباً) عنها وعن المعية الإلهية التي آن يحظى بها قبل عصيان أمر ربه فتلك هي بحق وصدق أولى مشاعر الاغتراب ويستحيل على الإنسان أن يعيش بغير علاقةٍ مع آخر ولهذا شاءت الإرادة الإلهية أن تخلق لآدم عليه السلام زوجة قبل أن يترك الجنة. (خلفون، اسماء، 2018، صفحة 210)

معنى الاغتراب يتجه نحو استلاب الذات عندما يكون اتجاه سلوك الفرد باتجاه مغاير للأهداف التي يتطلع إليها فيحدث تصام بين اهداف الفرد، وتعذر تحقيق الاتفاق بينها، فينتج عنه مشكلة خطيرة للفرد تتمثل في صعوبة الموازنة الذهنية مع المفردات واقعة الذي يعيشه (الفلاحي، 2013، صفحة 17).

#### اجرائياً:

الاغتراب هو الحالة السيكولوجية الاجتماعية المسيطرة بشكل تام على الفرد، بحيث تحوله إلى شخص غريب وبعيد عن النواحي الاجتماعية في واقعه، وهو احساس الفرد بالغربة عن مجتمعه واعتزاله لمن حوله في مواقف معينة ذلك الشعور ينتاب الفرد فيجعله غير قادر على تغيير الوضع الاجتماعي الذي يتفاعل معه.

**ثانيا: الثقافة**

**لغة:**

يشق المفهوم اللغوي الثقافة الفعل الثلاثي " ثقف " أو " ثقف " بمعنى حقق أو فطن، أي صار حاذقا ماهرا فطنا، فهو ثقف وقد ثقف وثقافة، وثقف الشيء أقام المعوج منه وسواه، وثقف الإنسان أديبه وهذبه وعلمه. (عثمان، 2018، صفحة 17)

**اصطلاحا:**

إن تحديد مفهوم الثقافة هو المحدد لما لها من وظيفة في المجتمع، ويعتبر مفهوم الثقافة ملازما للعلوم الاجتماعية، وهو ضروري لها إلى حد ما، للتفكير في طبيعته وقواعده المعرفية والرصد الكرونولوجي لكلمة الثقافة يبين أنها فرنسية المنشأ حيث كانت تعني الطقوس الدينية في القرون الوسطى، وفلاحة الأرض في القرن السابع عشر، والتكوين الفكري عموما والتقدم الفكري للشخص خصوصا وما يتطلبه ذلك من عمل وما ينتج عنه من تطبيقات في القرن الثامن عشر. (فيلالي، 2014، صفحة 109)

تعريف ادوارد تايلر: بأن: «الثقافة والحضارة هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، المعتقدات، الفن الأخلاق، القانون، العادات وكل القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع. (تومي، 2017، صفحة 58)

**اجرائيا:**

الثقافة هي ذلك الإرث الاجتماعي المعنوي والمادي المخزن في الكتب والذاكرة (الفن، القصص الطقوس، الهندسة، الطبخ، اللغة... الخ) الذي وصل لأفراد المجتمع الذين ينتمون اليه حيث خلفت اساليب حياة الشعوب.

**ثالثا: الاغتراب الثقافي**

**اصطلاحا:**

الاغتراب الثقافي هو البعد عن ثقافته المجتمع والنفور منها او الانفصال عنها والانبهار بكل ما هو غريب واجنبي من عناصر الثقافة بما في ذلك نمط الحياه الجماعية واسلوبها فالاغتراب الثقافي يجعل الشخص المغترب يحى حياه المخالفة ومغايره لما هي عليه حياه مجتمعه ويعتق مبادئ وممارساتها مجتمعه ويمكن القول ان الفرد المغترب يعي بسوره فعلية التباعد بين هويته وما ينبغي ان تكون عليه تلك الهوية بسبب المغتربون

بمشون وفقا لمنطق غير واقعي مؤداه ان المجتمع الذي ينتمون اليه غير عادل ولا يملاهم ما يرضى حاجياتهم وانهم وانه لا يعطيهم حقوقهم وبالتالي نراهم يبحثون عن بديل اخر و يتناقضون مع ثقافتهم المحلية. (خلفون, اسماء, 2018, صفحة 202\_203)

ويشار به الى ابتعاد الفرد عن الثقافة الخاصة بمجتمعه، وثقافة المجتمع تتألف من العادات والتقاليد والقيم السائدة في ذلك المجتمع ومخالفة المعايير التي تضبط سلوك أفرادها حيث تجد الفرد يرفض هذه العناصر وينفر منها ولا يلتزم بل ويفضل كل ما هو غريب وأجنبي عنها (جديدي، 2012، صفحة 349).

هو اغتراب ينفصم في الشخص عن أهله ومجتمعه واصدقائه ويهرب الى مجتمعات اخرى بعيدة عنه من ناحية الصلاة والقربى، وكذلك بالنسبة للعادات والتقاليد المتوارثة، فيهرب الى مجتمع آخر. (طالب، 1992، صفحة 09)

وهو عملية اجتماعية نفسية ذات مضامين ثقافية يمر بها الفرد في ظروف معينة فيجد فيها نفسه متبينا بعض القيم والمظاهر السلوكية التي تنتمي الي ثقافة مجتمع آخر. (شيتوي، عبيد الله، و اخرون، 2019، صفحة 194)

#### اجرائيا:

هو انفصال الفرد ثقافيا عن مجتمعه الذي يقوم على عادات وافكار معينة تتناقض مع افكار الفرد المتأثر بثقافات غريبة ما يؤدي الى سلوكيات غريبة على بيئة معيشتة ويظهر ذلك في طريقة الكلام، الملابس الاكل وهو هروب الفرد من واقعه ليحيا حياة مخافة عن مجتمعه.

#### رابعا: الإشهار

#### لغة:

ان أول عربي يعرفه بهذا المعنى المعلم بطرس البستاني المولود في لبنان عام 1919 م إذ يقول في دائرة معارفه أن الإشهار في اللغة: الإظهار والنشر. (العبد و العبد، 2011، صفحة 43)

يعرفه القاموس الفرنسي الشهير: La rousse على انه مجموعة الوسائل المستخدمة للتعريف بمشاة تجارية او صناعية واطراد منتجاتها. (الحديدي, منى، 2002، صفحة 18)

#### اصطلاحا:

هو اتصال غير شخصي وغير مباشر لنقل المعلومات إلى المستهلك أو المستعمل عن طريق وسائل مملوكة للغير مقابل اجر معين مع الإفصاح عن شخصية المعلن. (ابو طعيمة, حسام فتحي، 2009، صفحة 20)

ويعرفه ستانتون بأنه كافة الأنشطة التي تقدم كمجموعة بطريقة غير شخصية - مرئية أو شفوية عن طريق رسالة معلومة المعلن تتعلق بسلعة أو خدمة أو فكرة معينة. (الصيرفي م.، 2013، صفحة 14)

ومن وجهة نظر أخرى هو ذلك النمط من الترويج العام public promotion، وهو فن جذب انتباه الجمهور بالتركيز على الجوانب الإيجابية بهدف حفز الجمهور للشراء أو اتخاذ رد الفعل المتوقع أو المستهدف من قبل الجهة المعلنه، أيضا يمثل الإشهار فن بناء الصورة الذهنية الجيدة بهدف البيع والمنافسة في قالب تذكيري إقناعي إعلامي هادف. (شدوان، 2016، صفحة 16)

ويجدر الذكر ان الإعلان التلفزيوني له تأثير على قرار الشراء للأسرة الجزائرية بشكل عام والمستهلك الجزائري بشكل خاص، وهذا التأثير ناتج عن علاقتها بالإشهار التلفزيوني (goumri , 2009, p. 9).

**اجرائيا:**

الإشهار هو عملية اتصالية الغرض منه الترويج لمنتجات معينة تعتمد على مؤسسة انتاجية سواء كانت لتقديم خدمات او بيع سلع.

**خامسا: الإشهار التلفزيوني**

**اصطلاحا:**

هو مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل التلفزيون إلى الجمهور بقصد تعريفه بسلعة أو خدمة أو فكرة بالشكل والمضمون الذي يؤثر على معلوماته وميوله وقيمه وسلوكه الاستهلاكي وأفعاله، وسائر المقومات الثقافية الأخرى. (سطوطاح, سميرة، 2010، صفحة 24)

**اجرائيا:**

الإشهار التلفزيوني هو التعريف بمنتوج او سلعة او خدمة معينة عبر شاشة التلفزيون قصد التأثير واقناع الجمهور المستهدف من قبل المعلن باستهلاك ذلك المنتج.

**8. مجتمع الدراسة وعينتها:**

ينبغي على الباحث تحديد المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، ويجب تحديده عليها بدقة ووضوح. وبعد تحديد مجتمع الدراسة، يتعين على الباحث تحديد العينة التي يدرسها، ويجب أن تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة حتى يتمكن الباحث من تعميم النتائج أو حتى التنبؤ بواسطتها للمستقبل. كما ينبغي أن يحدد الباحث نوع العينة التي اختارها لبحثه - عشوائية بسيطة، أو طبقية أو عرضية... الخ وما هو حجم تلك العينة؟ وأن

يكون الباحث واعيا لسبب اختياره لهذا النوع من العينات أو تلك وميزاتها وعيوبها والإمكانات المتوفرة له عنها.  
(المحمودي، 2019، صفحة 105)

أما مصطلح المجتمع في هذا السياق فيتألف من جميع الوحدات التي سيتم تطبيق البحث عليها وهو كذلك مجموعة العناصر التي تكون كل الملاحظات الممكنة.

مجتمع الدراسة المراد دراسته في هذه الدراسة والذي يتمثل في عدد من الإشهارات التي تعرض على التلفزيون الجزائري من القنوات الخاصة والعمومية على حد سواء.

#### عينة الدراسة:

من أجل إجراء دراسة علمية لا بد من وضع منهجية تتوافق مع طبيعة البحث، في إطار هذه المنهجية يتم تحديد نوع العينة المختارة كأساس للبحث، حيث يعرفها موريس أنجوس أنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث. كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً (در، 2017، صفحة 313)

تتطلب هذه الدراسة العينة القصدية نظراً لأننا نود دراسة عينة من الإشهارات التي تحتوي على كم كبير من مظاهر الاغتراب الواضحة من الاطلاع الأول.

وتستخدم العينة القصدية في البحوث التي يكون الباحث على معرفة بخصائص المجتمع ومدى توافر صفة معينة في مفرداته المتعمد اختيارها؛ بغية الحصول على مجموعة أفراد تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً جيداً. وينبغي للباحث اختيار العينة بناء على خبرته بالخصائص والمميزات ذات العلاقة بموضوع البحث للحصول على نتائج يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع بثقة عالية. (4، 2004، صفحة 38)

إن عينة الدراسة كانت عبارة عن مجموعة كبيرة من الإشهارات التلفزيونية الجزائرية، المأخوذة من القنوات الجزائرية الخاصة التي تبث بشكل يومي في كل الأوقات، وحصرتها في مجموعة واحدة كون هذا المنهج يقلل من إمكانية التعميم إلا أن رغبتنا في تحقيق درجة أعلى من الشمول والتكامل، جعلنا هذا المنهج ملائماً للدراسة.

وتمثلت العينة في (8 إشهارات) وفي غضون اختيار المواد الإشهارية التي يركز عليها في هذه الدراسة تمت مراعاة ما يلي:

شمولية المصدر: تم البحث في كمية إشهارات تكون شاملة لموضوع البحث من خلال النظرة الأولى والملاحظة.

شمولية الجمهور المستهدف: تم الشمل كل من الجنسين الانثى والذكر الام والاب والمرأة والرجل والطفل من ناحية العمل من ناحية العمر، وبالتحديد هذه المجموعة من الإشهارات التي وقع عليها الاختيار تعتبر الأكثر تمثيلا لموضوع الدراسة واستبعاد مجموعة هائلة من الإشهارات التي لا تمس موضوع دراستنا.

## 9. منهج الدراسة :

يعتبر المنهج العلمي ضروري في أي بحث علمي و يعرف بأنه : " أسلوب للتفكير و العمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره و تحليلها و عرضها و بالتالي الوصول إلى نتائج و حقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الظاهرة " وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستكشافية أو الاستطلاعية ، و هي البحوث التي تهدف إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة ، التي يرغب الباحث في دراستها ، فهي بحوث تتناول موضوعات جديدة لم يتناولها باحث من قبل ، أو لا تتوفر عنها معلومات أو بيانات أو يجهد الباحث الكثير من جوانبها و أبعادها كما أنها تهدف إلى الكشف عن حلقات غامضة أو مفقودة في تسلسل التفكير الإنس مما يساعد على التحليل و الربط والتغيير العلمي ، فيضيف إلى المعرفة الإنسانية ركائز جديدة (مروان، 2000، صفحة 38)

بما أن دراستنا حول الاغتراب الثقافي في الإشهار التلفزيوني فإن المنهج الأكثر ملائمة هو منهج تحليل المضمون فهو وسيلة بحثية تستخدم في معالجة النصوص المكتوبة والأشرطة الصوتية والأفلام المصورة بغض النظر عن الزمن الذي تنتمي إليه، وهي ذات استخدام واسع من طرف الباحثين في العلوم التي تدرس نشاط الإنسان وحركة المجتمع وسلوك الفرد، لاسيما تلك العلوم التي لها صلة بوسائل الإعلام والاتصال وما تنتج من مضامين متنوعة، وما تمارسه من تأثيرات مختلفة على جماهيرها. ولقد استعنا بمنهج التحليل السيميولوجي لتحليل بعض اللقطات المأخوذة من إشهارات محل الدراسة.

ومن اجل تحقيق اهداف البحث تم استخدام منهج تحليل المحتوى نظرا لطبيعة الموضوع المدروس الذي يستلزم استخدام منهج تحليل المحتوى والذي يعد أهم المناهج للوصول للمعاني المختلفة التي تحملها المواد الإعلامية في أوعيتها، بالقيام بتفكيك البناء المادي للمادة الإعلامية المدروسة، والانتقال بعد ذلك للمعاني التي تحملها هذه الأجزاء و لأنه يمكن الباحث من الوصف الدقيق للمادة الإعلامية، و كشف المعاني ابتداء من وصف المحتوى ودلالاته و ارتباطاته المتعددة . و هذا المنهج يفيد التعميم الذي سيكون في نهاية الدراسة على عينة من الإشهارات الجزائرية بحيث قمنا باتباع خطوات هذا المنهج من خلال البحث الأولي الدقيق على المادة العلمية التي تلزمنا في دراستنا هذه وهي مجموعة من الإشهارات المعروضة على قنوات جزائرية لمنتجات معروفة في المجتمع الجزائري ووقع اختيارنا على ثمانية منها التي اطلعنا عليها و حملناها من اليوتيوب لدراستها و تحليلها بعمق.

## تحليل المضمون:

يذهب (برلسون) الى ان تحليل المضمون هو أسلوب للبحث يستهدف الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر للاتصال ويذهب (لاسويل) الى ان تحليل المحتوى يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين ويتفق معه كل من (كايلان) و(جانيس) و (كارترائت) في قصر وظيفة التحليل على هذا الهدف. (حافظ، 2012، صفحة 196)

تحليل المضمون مكن الشيء ومركز اختفائه وهو الذي يكمن في الكلمة والفكرة والجملة التي ينقلها المحتوى وفي تكرارها يتأكد سلبي او ايجابا والمضمون الذي يحمله النص كمحتوى هو ما يدور عليه الحديث او الكلام او ما يعبر عنه في الخطاب ولهذا يحمل كتاب مضمونه في عنوانه ويحمل الكتاب ما يحتويه في صفحاته فالمضمون لا يشاهد ولا يدرك ادراكا من المشهد والصورة والحركة والمعنى والفعل والسلوك. (عقيل، صفحة 159).

بدا استخدام تحليل المضمون منذ عشرينيات 18 في العلوم الأخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس علوم السياسية والتربية الى آخره فقد قام مايك بدراسة عن صحافة البلد حيث حدد بمقتضاها الموضوعات التي تناولتها الصحافة وقام بتصنيفها حسب فئات معينة للتحليل وقد توسعها تحليل المضمون يشمل الأدب في 1930 أما في مجال العلوم الاجتماعية في ان تحليل مضمون يستخدم في التحليل الاثار الاتصال وتحليل الخطاب ومختلف المواد لذلك فإن تحليل مضمون يحاول الكشف عن خصائص المادة الإعلامية وعناصرها الأساسية من أهمها ماذا قيل كيف قيل من القائمين بالاتصال لماذا او اي ما هي مسببات العملية الاتصالية والدوافع. (عبد السلام، 2020، صفحة 222)

يتميز تحليل المضمون بالخصائص الآتية:

يسعى تحليل المضمون عن طريق تصنيف البيانات وتبويبها الى وصف المضمون اي المحتوى الظاهر والصريح للمادة قيد التحليل ولا يقتصر على الجوانب الموضوعية وانما الشكلية ايضا.

يعتمد على تكرارات وردت أو ظهور جمل او كلمات او مصطلحات أو رموز او أشكال بناء على ما يقوم به الباحث من تحديد موضوع فئات التحليل ووحداته.

يجب ان يتميز بالموضوعية ويخضع للمتطلبات المنهجية كالصدق والثبات حتى يتمكن الأخذ بأحكام نتائجها على أنها قابلة للتعميم ينبغي ان يكون التحليل منتظما وان يعتمد اساسا الاسلوب الكمي في عمليه التحليل بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية.



يجب ان تكون نتائج تحليل مضمون مطابقة في حالة اعادة الدراسة التحليلية لضمان ثبات النتائج. (الخزام، 2009، صفحة 12)

## 10. مجال الدراسة

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، وقد اتفق العديد من مستعملي مناهج البحث الاجتماعي، أن لكل دراسة ثلاثة حدود رئيسية وهي: المجال الجغرافي، المجال الزمني والمجال البشري (كحيل، 2012، صفحة 33)

### 10.1. المجال الزمني :

صادفتنا في احدى البحوث العلمية في مشوارنا الدراسي احدى الدراسات التي تتحدث عن الاغتراب الثقافي وحول الأفكار التي يحتويها ومنظومة القيم التي ينشرها كقيم دخيلة لمجتمعنا المسلم الجزائري العربي المحافظ.

ومن ذلك الوقت بدأنا بتحري الظاهرة وقراءة بعض الدراسات خاصة الدراسات التحليلية وهو ما نميل اليه كنوع من الدراسات وخاصة التي تتحدث عن الاغتراب الثقافي في الرسوم المتحركة والاعتراب الديني من خلال ما يتم نشره من الرموز الماسونية في الرسوم المتحركة وغيرها الكثير من الامثلة.

اجتماعنا بأستاذ المشرف وتناقشنا معه حول الموضوع الذي جذب انتباهنا تم الاتفاق على الجوانب البحثية وهي دراسة تحليلية لعينة من الإشهارات الجزائرية التي تحتوي على الاغتراب الثقافي ونواصل منذ ذلك الوقت البحث في الإشهارات والقيام بقراءات اولية حول محتوى كل مادة على حدا منذ شهر مارس وجمع ملاحظتنا ومن ثم الشروع في التحليل.

### 10.2. المجال المكاني :

وقع اختيارنا على مجموعة إشهارات التي تم بثها على قناتي الشروق تي في والنهار تي في.

يوجد العديد من المصادر التي يمكننا من خلالها الحصول على إشهارات في الدولة الجزائرية من القنوات الخاصة والقنوات العمومية ومع تطور التكنولوجيا يمكن حتى الحصول عليها من الانترنت من الصفحة الرئيسية للقنوات العمومية والخاصة على اليوتيوب قناة (الشروق تي في) على اليوتيوب او قناة (النهار تي في) على اليوتيوب قناة (بور تي في) على اليوتيوب وغيرها من القنوات فيما يخص الإشهارات التي تم اختيارها فقد تم أخذها من:

نبذة عن قناة النهار التلفزيونية:

النهار هي اول قناة إخبارية جزائرية، انطلق البث التجريبي لها في 6 مارس سنة 2012، بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الاعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش، اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الاردنية عمان، ليبدأ البث من هناك على قمر نايلسات، تهتم هذا القناة بكل ما هو اخباري

وسياسي في الجزائر، بحيث تهتم في اجندتها على المزج بين النشرات الاخبار فيما يخص السياسة والمجتمع الرياضة والاخبار الاقتصاد في الجزائر تتخللها مجموعة من الومضات الاشهارية لمنتجات وطنية واجنبية يرأس هذه القناة الاعلامي مقدم محمد، المشهور بأنيس رحمانى. (مكرتار و بوعمامة، 2016، صفحة 67)

### نبذة عن قناة الشروق:

هي اول قناة تلفازية تابعة لمؤسسة الشروق الاعلامية الجزائرية وتتكون من مجموعة قنوات هي: "الشروق تي في" في"، "الشروق نيوز"، "سي بي سي بنه"، "الشروق +".

وكل قناة تتخذ شعارا لها يتناسب مع ما تعرضه من برامج وهي كآتي:

—الشروق تي في "قناة كل العائلة".

—الشروق نيوز "كن اول من يعلم".

—سي بي سي بنه "قناة المرأة".

الا انه تم تحويل سي بي سي بنه لقناة الشباب في جانفي 2019 في إطار سياسة تجديد وتطوير هيكلية مجمع الشروق للإعلام والنشر.

تاريخ التأسيس: كانت بداية سلسلة القنوات الشروق الحالية مع الاعلامي الجزائري رحمه الله على فضيل ظهرت القناة في عام 2011 على قمر النايل سات وهو البث التجريبي، وانطلق البث الرسمي في 2014، مقر القناة حيدرة في الجزائر العاصمة. (بكاى، 2019، صفحة 237)

### 11. أدوات جمع البيانات :

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، فقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة، وتعتبر أدوات جمع البيانات هي الوسائل التي يستعين بها الباحث لجمع البيانات اللازمة، والمتعلقة بموضوع الدراسة.

تم اختيار استخدام أداة تحليل المحتوى عن طريق استمارة تحليل المحتوى، وهذا لمعرفة أبعاد الاغتراب الثقافي التي تتجلى في الاشهار الذي يعرض في التلفزيون الجزائري.

ب. **الملاحظة:** هي عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على: الملاحظة " فالملاحظة العلمية نشاط يحلى منظم، يتوفر فيها للباحث القدرة على تنظيم بحثه فقد اعتمدنا على الملاحظة العلمية نشاط بحثي منظم، يتوفر فيها للباحث القدرة على تنظيم بحثه، فقد اعتمدت على الملاحظة في ملاحظة كل ما يتعلق بالموضوع الاغتراب.

وتعد الملاحظة اداة من ادوات جمع المعطيات والمعلومات تسمح بالوصول البيانات وتوجيه حواس المشاهد.  
(عبد السلام، 2020، صفحة 33)

## 11. الخلفية النظرية لدراسة :

### نظرية الغرس الثقافي:

يعرف الغرس بانه ما تفعله الثقافة وهو ما يعني السببية بالرغم من ان الثقافة هي الوسيلة الدراسية التي يعيش فيها الناس وفيها يتعلمون فالغرس نادرا ما يحدث تغييرا الا بين الاجيال وانماط الحياة فالغرس يعني المساهمة بالرغم من انها عين معزولة والمساهمة التي تنفيذ وتنسق مع السيل الرمزي من الصور والأشكال التي ينقلها التلفزيون ثم تحدث عمليات معقدة من التنشئة او امتصاص ثقافه المجتمع.

تناول نظرية الغرس الثقافي التأثير الطويل المدى لوسائل الاعلام خاصة التلفزيون وتقوم فروض الغرس لجربنر على اساس ان التلفزيون كوسيله اعلاميه اكتسبت مكانه بارزة في حياتنا اليومية مما جعله يسيطر على ما يسمى بالبيئة الرمزية للمشاهدين ويجعلها تحل محل صوره الواقعة من خلال خبرتنا الخاصة المكتسبة على العالم الذي نحيا به. لا حيث أصبح التلفزيون مصدرا رئيسيا لبناء تصورات الكثير منا عن الواقع الاجتماعي والذي يعرف بانه صورة لما هو موجود بالفعل وليمه نعتبره صحيحا ويرى جربنر ان الرسائل التلفزيونية تختلف عن الواقع من عده جوانب والتعرض المستمر لهذه الرسائل تؤدي الى تبني هذه الرؤية عن الواقع. (الدليمي، 2016، صفحة 158)

والفرض الرئيسي لنظرية الغرس الثقافي أن من هم قليلة المشاهدة للتلفزيون يتعرضون لمصادر معلومات متنوعة وكثيرة أخرى غير التلفزيون بعضها شخصي وبعضها جماهيري، في حين أن منهم كثيفو المشاهدة للتلفزيون يعتمدون على التلفزيون أكثر من غيرهم في الحصول على المعلومات. (كافي، 2015، صفحة 223)

الإنتقادات التي وجهت إلى نظرية الغرس الثقافي:

منذ نهاية تسعينات القرن الماضي وجهت العديد من الانتقادات إلى النظرية رغم تأييد العديد من دارسي الظاهرة الإعلامية، ومن جملة تلك الانتقادات ما يلي:

- أن نظرية الغرس الثقافي أهملت متغير الدوافع، ذلك أن النظرية لم تفرق بين الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة روتينية والذين يشاهدون التلفزيون بطريقة انتقائية نشطة، وفي هذا الحالة يصبح الغرس تابعا لمتغير الدوافع وليس التعرض للتلفزيون.

\_ ضعف التحكم الدقيق لجيرنبر وزملائه في متغير دراساته، وذلك من خلال اختلاف نتائج أبحاثه بعد عمليات التحليل المتوالية، خاصة بعد إدخال متغيرات ديموغرافية أخرى أثرت على العلاقة بين التعرض للتلفزيون وتأثيرات الغرس.

- نظرية الغرس الثقافي اهتمت بتأثيرات التلفزيون بشكل عام من خلال عدد ساعات المشاهدة الكلية أو كثافة المشاهدة، من دون الاهتمام بنوعية البرامج التي يتعرض لها المشاهد، إذا أن التعرض لنوع معين من البرامج يكون أكثر تأثيرا في حدوث عملية الغرس وليس المشاهدة الكلية. (الزعبي، 2016، الصفحات 16-17)

وقد تم استخدام نظرية الغرس الثقافي في دراستنا كونها تبحث في التعرض لأبعاد وقيم الاغتراب الثقافي في التلفزيون بما يعرضه من إشهارات.

# الفصل الثاني: الاغتراب الثقافي المظاهر والاسباب

## تمهيد:

الاغتراب ظاهرة انسانية قديمة بقدم الانسان على الأرض، اذ ان هذه الاخيرة تعود للحظة التي تغرب فيها آدم عليه السلام ونزله الله عزّ وجل للأرض، واغترب عن الحياة التي كان فيها قبل انزاله، ولهذا الظاهرة انواع كثيرة تضرب في ميادين عدة، وما سنتطرق اليه هو الاغتراب الثقافي بالتحديد وفي هذا الفصل سنحاول معالجة هذه الظاهرة والتطرق لأبعادها ومظاهرها.

## أولاً: الاغتراب: المفهوم، النشأة ونظرياته

### 1. مفهوم الاغتراب:

يعد مفهوم الاغتراب مصطلح شديد العمق وعريق الأصل ضارب الجذور إلى فجر البشرية جمعاء ، إذ يعود إلى تلك اللحظة المتعالية التي غربت فيها الجنة بنعيمها عن آدم عليه السلام ونزل الأرض معتبراً عنها وعن الحياة التي كان يحظى بها قبل عصيان أمر ربه ، فتلك هي بحق أولى مشاعر الاغتراب، ويستحيل على الإنسان أن يعيش بغير علاقة مع آخر ، وهذا شاءت القدرة الإلهية أن يخلق لآدم عليه السلام زوجة قبل أن يترك الجنة، استباقاً لما سيقع لتندراً عنهما مشاعر الاغتراب ، فجذور هذا المفهوم هي جذور دينية في أساسها الأول قبل أن تأتي جذوره الفلسفية والاجتماعية والاقتصادية و السياسية والسيكولوجية (منصر، خالد، 2012، صفحة 98) .

### 2. نشأة الاغتراب:

الاغتراب قديم، قدم الانسان نفسه فهو متحذر في الذات والكون و المجتمع و الحياة و الأنشطة المتنوعة (الموسوي، محمد محي، 2016، صفحة 73) وتشير بعض الدراسات إلى أن الجذور الأولى للاغتراب هي جذور يونانية ويرده الكثير من مؤرخي الفلسفة لكتابات الفيلسوف " أفلاطون " ، فهو أول من أسس لفكرة الاغتراب بوعي حيث يعد فكره بذاته أول اغتراب واع عندما قسم العالم إلى مطلق ووجود ، والمطلق هو عالم المثل والوجود هو عالم الضلالة، ثم كانت جمهوريته تجسيداً هذه الفكرة الاغترابية، و " المثل " هو ما كان أفلاطون " يطمح إلى تحقيقه أو هو الصورة التي كان يريد لمجتمعها أن يكون عليها ، لأنه لم يكن يشعر بالرضا عليه ، فقد كان أفلاطون مغترباً بالنسبة لأخلاقيات عصره ومجتمعها ، واعتبار الواقع ضلاً لفكرة كانت تتمحور في ذهنه طوال حياته ، سميت بالمثل إلا تأكيداً على وجود الاغتراب (قنفي، سهام، 2019، صفحة 127\_128) ولقد قسم مسيرة مصطلح الاغتراب عند العديد من الباحثين الى ثلاث مراحل :

أولاً : مرحلة ما قبل هيكل ورد هذا المفهوم كما أسلفنا في الكتابات الفلسفية في العصور القديمة ثم الوسطى ثم عند فلاسفة العقد الاجتماعي عند كل من هوبز ولوك وروسو ، فقد وجد مفهوم الاغتراب في الفكر اليوناني

القديم خاصة عند سقراط الذي كانت بظهوره دعوة للتغيير الذي جعل بالمقابل أصحاب الفكر المحافظ يهتمونه بإفساد عقول الناس وبأنه خارج عن التقاليد التي تناقش المبادئ المألوفة مثل الفضيلة ، ثم جاء بعده أفلاطون ونظريته المثل الأفلاطونية والذي يرى أن النفس اغتربت عن الآلهة حين سقطت في الخطيئة، ثم انتقلت إلى أرسطو ليكشف أن الاستغلال للثروات هو جوهر الاغتراب حين ينظر الناس إلى النقود على أنها غاية فتضطرب الحياة الاجتماعية بتحول الوسائل الى غايات وهنا يشعر الإنسان بالاغتراب. (نخائلي, حفيظة، 2016، صفحة 83).

**المرحلة الثانية:** المرحلة الهيكلية يعد هيجل اول مستخدم لمصطلح الاغتراب استخداما منهجيا منظما، ذا طابع مزدوج وهذا الاستخدام المزدوج لمفهوم الاغتراب نعني به ذلك الاستخدام الذي يشير الى سلب كل الحرية والمعرف، (مساعدية، 2013، صفحة 24) ولقد استعمله في عنوان لصفحات، تزيد على المائة في كتابه الأول «ظاهريات الروح» الذي نشره عام 1807. ويقول هذا العنوان: «الروح المغترب عن ذاته: الحضارة (الثقافة)». وبذلك تحول الاغتراب على يديه من مجرد اشكال يعانىه الانسان في عصور الأزمة والقلق أو مجرد فكرة ترنق في أذهان بعض المفكرين، أو كلمة ترد في هذا المؤلف أو ذلك . تحول الى «مصطلح» فني ومفهوم دقيق يطلق عن قصد مقصود. ومن هنا كان النظر الى هيجل، من جانب الباحثين، على أنه «أبو الاغتراب». (رجب، 1988، صفحة 13)

**المرحلة الثالثة:** ما بعد هيجل حيث بدأت تظهر النظرة الأحادية إلى مصطلح الاغتراب، أي التركيز على معنى واحد - هو المعنى السلبي - تركيزا طغى على المعنى الإيجابي، حتى كاد يطمسه، حيث اقترن المصطلح في أغلب الأحوال بكل ما يهدد وجود الإنسان وحرية. وأصبح الاغتراب وكأنه مرض أصيب به الإنسان الحديث. ومن أبرز المفكرين والفلاسفة الذين جاءوا بعد هيجل واهتموا بتناول الاغتراب: ماركس، والوجوديون الذين انتقدوا هيجل وثاروا عليه، ومنهم سارتر. (خليفة, عبد اللطيف محمد، 2003، صفحة 22)

### 3. نظريات تفسير الاغتراب:

هناك العديد من النظريات التي فسرت الاغتراب وهي كالاتي:

#### نظرية التحليل النفسي:

يرى فرويد أن الاغتراب هو الأثر الناتج عن الحضارة من حيث أن الحضارة هي التي أوجدها الفرد جاءت متعاكسة ومتعارضة مع تحقيق أهدافه ورغباته وما يصبو إليه وهذا يعني في نظر فرويد أن الاغتراب ينشأ نتيجة الصراع بين الذات والضوابط المدنية أو الحضارة ، حيث تتولد عن الفرد مشاعر القلق والضيق عند المواجهة الضغوط الحضارية بما تحمل من تعاليم وتعقيدات مختلفة وهذا بالتالي يدفع الفرد إلى اللجوء إلى الكبت كآلية دفاعية تلجأ إليها الأنا كحل للصراع الناشئ بين رغبات الفرد وأحلامه وبين تقاليد المجتمع وضوابطه ومن الطبيعي

أن يكون هذا حلاً واهناً تجاً إليه الأنا مما قد يؤدي بالتالي إلى المزيد من الشعور والقلق والاعتراب النفسي. ويحدد السيد شيئا ثلاثة أنواع على المستوى الشخصي.

قسمها السيد شيئا لثلاث أنواع:

اعتراب أهو: ويمثل في سلب حرته وذلك أن حرية أهو تعني وقوع الأنا تحت ضغط الأنا الأعلى والواقع الاجتماعي أي أن سلطة الماضي تمارس ضغطاً قوياً عليه من ناحية ويزداد افتتانه بالواقع من ناحية أخرى، ومن ثم يقوم الأنا بعملية السلب أو الانفصال (سلب حرية أهو) ويحقق الأنا ذلك بطرق عدة إما بسلب حرية أهو والقبض على زمام الرغبات الغريزية وإما بإصدار حكمه والسماح لها بالإشباع أو تأجيل هذا الإشباع.

اعتراب الأنا: ويكون ذا بعدين، مرتبط الأول بسلب حرته في إصدار حكمه فيما يتعلق بالسماح للرغبات الغريزية بالإشباع من ناحية وسلب معرفته بالواقع وسلطة الماضي (الأنا الأعلى) في حالة السماح لهذه الرغبات بالإشباع من ناحية أخرى ومن ثمة يكون الأنا في وضع مختلف دائماً سواء في علاقته بأهوه أو بالأنا الأعلى وهنا يجتمع اعترابه بين الخضوع والانفصال.

اعتراب الأنا الأعلى: ويتمثل هذا النوع من الاعتراب في فقدان السيطرة على الأنا وهي الحالة التي تأتي بدورها نتيجة لسلب معرفة الأنا بسلطة الماضي، أو زيادة أهو على الأنا، وهذا هو الجانب السلبي للاعتراب الأنا الأعلى أما الجانب الإيجابي للاعتراب فإنه يتمثل بمظهر الاعتماد والذي يصاحبه عدم افتتان الأنا بالواقع الاجتماعي. (حديدي، 2012، صفحة 357)

### نظرية المجال:

فحوى هذه النظرية يمكن أن ينصب في أنه عند التصدي للاضطرابات والمشكلات النفسية فإنها تواجه الاهتمام بشكل مركز على شخصية العميل وخصائص هذه الشخصية المرتبطة بالاضطراب والمسببة له، ويرى (زهران) بأن الحواجز النفسية التي تحول دون تحقيق أهداف الفرد والصراعات وما قد يصحبها من إقدام وهجوم غاضباً، أو إحكاماً وتفهماً خائفاً، وعلى هذا فإن الاعتراب هنا ليس ناتجاً من عوامل داخلية فقط بل من عوامل خارجية تتضمن سرعة التغيرات البيئية والاتجاه نحو هذه التغيرات والعوامل. (النجار، 2016، صفحة 18)

### النظرية السلوكية:

تعتمد النظرية السلوكية على التعلم في تفسير التنشئة الاجتماعية. حيث تؤكد على الخبرة الخارجية والسلوك الظاهر والفعل ورد الفعل، ولقد بدأ علماء النفس السلوكيين اهتمامهم بمشكلات التعلم، ثم وسعوا مجال اهتمامهم بعد ذلك ليشمل أيضاً مجال الشخصية، ونتيجة لذلك اتجه اهتمامهم كلية نحو الطريقة التي تحدث بها



الاستجابة عند وجود مثير خاص. بعد ذلك شهدت معظم نظريات التعلم في الثمانينات تطوراً من منحى المثير والاستجابة إلى منحى التعلم الاجتماعي إذ تعتمد على التعزيز كنوع من الإثابة الوالدية للابن عند إتيانه السلوك المرغوب فيه، ويتفق كل من ميلر ودولارد وسيرز وميكوي في أن الابن يحصل على انتباه والديه أو اهتمامهما عندما يقوم بأفعال أو تصرفات أو أعمال يفضلها الوالدان أو أحدهما، ويرى سكينر أن الابن يميل إلى تكرار السلوك الذي حصل على الإثابة، ولا يكرر السلوك غير المثاب.

وأوضح باندورا، وواتر (1966)، أن نظريات التعلم الاجتماعي تنطوي على ثلاثة توجهات كالاتي:

- ما قدمه ميلر ودولارد وتبني فكرة (المثير - الاستجابة) عند تفسير عملية التنشئة الاجتماعية، ويهتمان بالدوافع الجزاءات لحدوث التعلم.

- وجهة نظر سكينر الذي يفسر السلوك الاجتماعي في ضوء قوانين التدعيم والثواب والعقاب.

- وجهة نظر بارك، واتر، وباندورا، وتبني هؤلاء فكرة تقليد النموذج باعتباره نمط استجابة متعلماً للسلوك الاجتماعي.

### نظرية الدور الاجتماعي:

وتهتم بمفهوم المكانة الاجتماعية، والدور الاجتماعي. فالفرد ينبغي أن يدرك الأدوار الاجتماعية لذاته وللآخرين، ويكتسب ذلك من خلال التفاعل الاجتماعي مع الآخرين مثل: الآباء، والراشدين الذين لهم مكانة في ذاته، فلا بد من الارتباط العاطفي أو رابطة التعلق، وتعتبر الذات المفهوم الثالث في نظرية الدورة ويتسم اكتساب الدور من خلال التعلم المباشر والنماذج. (الصنعاني، 2009، صفحة 72\_73)

### النظرية الوجودية:

ومن أبرز علمائها فرانكل حيث أشار (البناء، 1999م) إلى أن فرانكل يرى أنه إذا وجد الإنسان فإنه يشعر بأنها تستحق أن تعاش ويسعى لاستمرارها، فالأفراد الذين يشعرون حياتهم يعانون من الفراغ الوجودي الذي يبدو في المن وفقدان الحماس والحيوية والنشاط ان الطريقة التي يجير بها الأفراد فقدان المعنى تجعلهم يتصرفون صد اهتمامات غريبة الذات، ومن ثم فإن وصف أعراض فقدان المعنى يمكن أن يحدد نتائج الاغتراب على مستوى الفرد، وذلك في شكل شوه الشخصية الذي يتصاعد إلى حد العدائية من خلال استعراض النظريات المفسرة للاغتراب، يتضح أن كلا منها مكمل للآخر، وأنها تنفق فيما بينها أكثر مما تختلف في تفسيرها للاغتراب النفسي، حيث اتفقت جميعها أن الاغتراب التي يتمثل في الشعور بالانفصال، سواء الانفصال عن الذات أم عن

الآخر أما اختلافها فكان في تحديدها لأسباب والعوامل المؤدية إلى الشعور بالاغتراب النفسي. (النجار، 2016، الصفحات 19-20)

### النظرية الإنسانية:

يتضح المنظور الإنساني من خلال كتابات كارل روجرز و ماسلو، فقد أكد روجرز أن لكل فرد حقيقة خبرها بشكل فردي ومميز، وأن السلوك يعد نتيجة للأحداث المدركة كما وكيفها، وكما خبرها الفرد فعلا، وهذا يعني أن كل إنسان هو في الواقع أكثر خبرة ودراية بنفسه ولديه أفضل المعلومات عن ذاته، فالاغتراب يحدث عندما لا يستطيع الفرد أن يختار قراراته بحرية بفعل القيود المفروضة عليه من الآخرين لأنه حينها لا يستطيع أن يريهم ذاته كما هي ومن ثم لن يتمكن من تحقيقها، فيتكون لديه مفهوم سلبي عن ذاته. (هدهود، 2013، صفحة 63)

### ثانيا: أبعاد الاغتراب ومراحله

#### 1. أبعاد الاغتراب:

وجدنا أن ظاهرة الاغتراب رهينة بانفصالات الشخص عن بنية العقل السائدة وعدم انتمائه لبنية عقل بديلة يصبح لا منتميا: بلا هوية فاعلية، فتنشأ عنده أعراض الاغتراب: اللامعيارية، اللامعنى، العزلة الاجتماعية والاغتراب عن الذات، التمرد ذكرها علماء النفس والاجتماع على أنها أبعاد ومظاهر، وقد أجملت في خمسة مظاهر أساسية نكرها بتفصيل (الشيخ، 2001، صفحة 15):

#### 1.1. العجز:

فأما العجز: فهو شعور الفرد بأن لا حول له ولا قوة، ولا يستطيع التأثير في المواقف الاجتماعية التي يواجهها ويعجز عن السيطرة على تصرفاته وأفعاله ورغباته، ولا يستطيع أن يقرر مصيره، ومن ثم يعجز عن تحقيق ذاته أو يشعر بحالة من الاستسلام والخنوع. والعجز وفقدان القدرة هو توقع الفرد بأنه لا يملك القدرة على التحكم وممارسة الضبط، لأن الأشياء حوله تسيطر عليها ظروف خارجية أقوى منه، ويتولد لديه شعور بالعجز والإحباط وحيية الأمل في إمكانية التغيير. (الجبوري، 2007، صفحة 38)

#### 2.1. اللامعنى:

يعني أن الفرد لن يستطيع التنبؤ بدرجة عالية من الكفاءة بالنتائج المستقبلية، كما شعر الفرد أن الحياة فقدت معناها، ودلالاتها ومعقوليتها ويمكن أن يؤدي ذلك إلى ندان مسوغات استمرارها في نظرهم، وينجم مثل هذا

الشعور لديهم بسبب الإحباط الذي يمكن أن يتعرضوا له، وعدم إشباع الحاجات المختلفة الجسدية والنفسية والاجتماعية. (بن زاهي , منصور، 2007، صفحة 26)

احساس الفرد بأن وجوده في هذه الحياة غير ذي معنى او هدف يسعى لتحقيقه وان حياته عبث لا جدوى منها مما يشعره بالملل والرتابة الشاذلي. (شاذلي، 2008، صفحة 18)

### 3.1. الالامعيارية:

يقصد بها نقص الالتزام بالقيم الخلقية، والانتقاص من قيمة الشرعية، وشعور الفرد أن استخدام الوسائل غير المشروعة أمر ضروري لتحقيق اهدافه وتشير سامية جابر 1981 بأن مصطلح الالامعيارية يستخدم في إطاره النظري إلى عدد من المواقف البديلة أو الحالات المحتملة وهي:

- حالة لا يعرف فيها الفرد طريقة التصرف السليم إزاء موقف معين لا توجد بصدده معايير محددة.

-موقف يتميز بوجود نسق للمعايير المتعارضة.

-موقف يتميز بوجود قيم متعددة في نفس الوقت الذي لم يتزود فيه الأفراد بأية معلومات عن وسائل وتحديد ما هو ملائم منها.

- موقف يعكس الاضطراب أو الانهيار في تطبيق الجزاءات.

-موقف يعكس الاتفاق الظاهري على مجموعة من المعايير متصلة بالسلوك وعدم الامتثال الحقيقي لها وأضافت بأنه بناء على المواقف والحالات السابقة يمكن صياغة ثلاثة أبعاد الالامعيارية هي:

- عدم الاتفاق المعياري أو عدم وجود اتفاق مع معايير معينة تحكم السلوك في مواقف معلومة

-انعدام قدرة الأشخاص على تحديد سلوك دورهم.

-الاضطراب في تطبيق الجزاءات وعدم تكاملها، فنظام الجزاءات ينطوي على مكافأة السلوك الامتثالي الحقيقي وعقاب السلوك الإنحرافي وقد يعمل هذا النظام بطريقة متسقة، أو بطريقة مضطربة غير متكاملة. (الصيادي، 2012، صفحة 15)

### 4.1. العزلة الاجتماعية:

التي تعني الإحساس بالوحدة والانسحاب من العلاقات الاجتماعية او الشعور بالنبذ. (الجماعي، 2009، صفحة 64)

ويقصد بها احساس الفرد بأن حياته اصبحت لا معنى لها وان الاحداث والوقائع المحيطة قد فقدت دلالتها ومعقوليتها. (ابراهيم، 2014، صفحة 205)

### 5.1. الاغتراب عن الذات:

هو الشعور بعدم قدرة الفرد على التواصل مع نفسه، وشعوره بالانفصال عما يرغب في أن يكون عليه، وبين إحساسه بنفسه في الواقع، وقد استنتج " سيان " فكرة هذا البعد من كتابة المجتمع السليم ومن ثم عمل على تحديد تعريف له، بأنه عدم قدرة الفرد على التواصل مع نفسه وشعوره بالانفصال "، ويحصل الاغتراب عن الذات حينها يكون مستجيباً لما تقدم له الحياة من دون تحقيق ما يريد من أهداف، مع انعدام القدرة على إيجاد الأنشطة التي تكافئ ذاته. (الموسوي, محمد محي، 2016، صفحة 84)

### 6.1. التمرد:

هو شعور الفرد بالرفض والكراهية لكل ما يحيط به مما يدعو لممارسة العنف ووجود نزعة تدميرية تتجه الى خارج الذات في شكل سلوك عدواني، واخرى تتجه الى داخل الذات في شكل عزلة وعدوان موجه الى الذات. (جديدي، 2012، صفحة 353)

### 2. مراحل الاغتراب:

كما أوردت مراحل ظاهرة الاغتراب والتي حددها في ثلاث مراحل تؤدي كل مرحلة منها إلى الأخرى كالآتي: (هدهود، 2013، صفحة 54)

### 1.2. مرحلة التهيؤ للاغتراب:

وهي النقطة الأولى التي ينطلق منها الإنسان في إحساسه بهذا الاغتراب، وذلك حين تبدأ تلك المكونات الخارجية بالتأثير على هذا الفرد، وتنقله من مرحلة السيطرة على أفعاله ومشاعره، إلى مرحلة عدم المقدرة على السيطرة على هذه الأفعال والمشاعر. (العيساوي، 2021، صفحة 101)

### 2.2. مرحلة الرفض والنفور الثقافي:

وهي المرحلة التي يبدأ فيها المغترب بالنظر إلى ما يدور حوله من عناصر الغربة والاعتراب، ويأخذ بالنفور منها، ومحاولة الوصول إلى خلاص من هذه العناصر الاغترابية ضمن مكونات حياته التي يعيشها. (العيساوي، 2021، صفحة 101)

ويمكن ان تظهر في هذه المرحلة مظاهر القلق والعصية الغرور والكرهية ويمكن وصفها على انها مظاهر اغتراب من كونها متغيرات الاغتراب. (سلمان قاسم و ستار جاسم ، 2014، صفحة 12)

### 3.2. مرحلة تكيف المغترب:

تدعى مرحلة الانعزال الاجتماعي وفيها يدرك الفرد انه أصبح في حالة انعزال عن أسرته واصدقائه وانه غير قادر على مسايرة الاوضاع فيحاول التكيف من خلال الانسحاب من الواقع والرضوخ لنظام القائم والتعاون معه واخيرا التمرد الثوري ضمن حركة شعبية من اجل التغيير وتجاوز حالة الاغتراب. (علي عباس، 2016، صفحة 42\_43)

### ثالثا: أنواع الاغتراب

إن ظاهرة الاغتراب ظاهرة إنسانية، لا ترتبط بمكان أو زمان، فحيثما يوجد الإنسان قد يكون هناك اغتراب بمختلف صورته واشكاله ومدلولاته وأسبابه الكثيرة والمتنوعة لا يمكن حصرها. ولهذا يتعذر علينا الضبط الدقيق من أجل تحديد أنواعه، ومع ذلك ينبغي الإشارة وعرض بعض أنواع الاغتراب حسب تفسير بعض الباحثين، وحسب ما هو متفق عليه نجد: (خلفون , اسماء، 2010، صفحة 75)

**1\_ الاغتراب الاجتماعي Social Alienation:** يعرف على أنه انهيار العلاقات الاجتماعية لدى الفرد نتيجة الشعور بعدم الرضا والرفض اتجاه قيم الأسرة أو المجتمع ككل ، وهو على الصعيد النفسي يفقد الشعور بالانتماء إلى المجتمع ، مع ميل إلى العزلة والبعد لشعوره بأن ما يفعله ليس له قيمة ولن يؤثر على المحيط. (قنيبي، علاقة استخدام مواقع التواصل الالكتروني بالاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك، 2019، صفحة 52)

**2\_ الاغتراب السياسي Political Alienation:** في هذا النوع لا بد من التركيز على العلاقات بين الدولة و المجتمع (بركات، 2006، صفحة 92) ، ويقصد بالاغتراب السياسي شعور الفرد بالعجز إزاء المشاركة الإيجابية في الانتخابات السياسية المعبرة بصدق عن رأى الجماهير، وكذلك الشعور بالعزلة عن المشاركة الحقيقية الفعالة في صنع القرارات المصرية المتعلقة بمصالحه، واليأس من المستقبل، على اعتبار أن رأيه لا يسمعه أحد، وإن سمعه لا يهتم به ولا يأخذ به. (نوي، 2016، صفحة 213\_214)

**3\_ الاغتراب النفسي Psychological Alienation:** الظروف الاجتماعية تورث لأناس معينين روحاً انفرادية تأملية، تفر إلى العزلة، فإذا بالقلق يتسلل إلى نفوسهم، والإحساس بالوحدة والحزن والكآبة يخلق في أجوائهم، فيصبح الهروب هنا هو الوسيلة الوحيدة للخلاص من تبكيت الضمير، أو يمكن أن يفسر هنا الهروب

على أنه (معارضة سلبية، واحتجاج على طريق الرفض)، فالنفس تتطلع دائما الى مثالية يفتقدها الواقع (التميمي، 2017، صفحة 124).

فالاغتراب النفسي هو اغتراب عن الذات والشعور بالعجز وعدم القدرة على التحكم في المواقف وسيورة الحياة كما أنه يشير إلى عدم قدرة الفرد التنبأ بنتائج السلوك. (بلعابد، 2014، صفحة 55).

**4\_ الاغتراب الاقتصادي Economic Alienation** : وهو مفهوم درج على يد كارل ماكس، ويشير إلى شعور العامل بانفصاله عن عمله، كفرد، كجسم في مقر عمله (المؤسسة) إنه شعور العامل بانفصاله عن عمله بالرغم من وجوده الجسمي داخل المنظمة، والشعور بالعجز والملل والرتابة في أداء عمله، وكذلك شعوره بالإحباط والخوف من المستقبل وأن المادة هي الغاية في الحياة وليست الوسيلة (نھائلي، حفيظة، 2016، صفحة 81)، وفيه تسود الرأسمالية وتستولى طبقة خاصة على الإنتاج كله. (زهران، 2004، صفحة 110)

**5\_ الاغتراب الديني Religious Alienation** : ورد الاغتراب الديني في الأديان الثلاثة الكبرى، المتمثلة باليهودية والمسيحية والإسلام، فإنها تلتقي على مفهوم واحد للاغتراب المتمثل في : «انفصال الإنسان عن الله وانفصاله عن الطبيعة . الملذات والشهوات وانفصال الإنسان (المؤمن) عن الإنسان (غير المؤمن) ، حيث أن الاغتراب ظاهرة حتمية في الوجود الإنساني، وحياة الإنسان على الأرض ماهي إلا غربة عن وطنه السماوي» . (يونسي، 2012، صفحة 52)

**6\_ الاغتراب القانوني Legal Alienation** : يقصد به تحويل ملكية، أو نقل أي شيء إلى شخص آخر وجعل شيء ما منتمياً إلى شخص آخر ، أي إنه الفعل الذي يتم بمقتضاه التحويل طوعياً، واختيارياً، وعن قصد أي تتم خلال عملية نقل وتحويل ملك للطرف الآخر وتغريبه عن مالكه الأول. كما يتضمن الاغتراب وفق هذا النوع، ما يمكن أن نطلق عليه " تشيء (Reification) " أي تحويل الإنسانية إلى أشياء، بحيث يصبح الإنسان مجرد سلعة، ويفقد سمته العليا كإنسان. (الموسوي، محمد محي، 2016، صفحة 93\_94)

**7\_ الاغتراب الوظيفي Professional Alienation** : هو الشعور بالقطيعة من قبل الموظفين ، والذي يظهر من خلال ضعف علاقتهم بالمنظمة وشعورهم بأن وظيفتهم ليست ذات معنى وغير مجدية في جوانب حياتهم الأخرى ، ويتسبب في الاغتراب الوظيفي عدة عوامل مثل عدم وجود فرصة للمشاركة في صنع القرار وضعف التواصل بين الموظفين ، قلة فرص الترقية و النمو وكذلك الشعور بالعجز داخل المنظمة (ابو حمور ، قطيشات ، و الريالات، 2018، صفحة 10).

**8\_ الاغتراب الرقمي (التكنولوجي) Digital Alienation** : يعتبر الاغتراب الرقمي من أنواع الاغتراب التي تميز العصر الذي نعيش فيه الذي هو عصر التكنولوجيا بامتياز، حيث كان ظهوره مرتبطاً بظهور تغيرات عديدة

على مستوى المجتمع، حيث وجد الإنسان نفسه وجها لوجه أمام آلات هو من قام بصناعتها، فهي من جانب تشبه هذا الإنسان مثل العقل الإلكتروني ومن جانب آخر تشعره بغربة أكثر من العمل الفني أو منتجات العمل اليدوي فهي التكنولوجيا تسير وفق قوانيننا طالما أننا مسيطرون عليها ولكنها مهددة لنا بمجرد أن نفقد السيطرة عليها. (اوسامة و بوعمامة، 2017، صفحة 282\_283)

**9- الاغتراب التعليمي Education Alienation** : يوفر النظام التعليمي ، عبر مراحل الدراسة المختلفة للطلبة والتلاميذ ، المعلومات الأساسية ، والجوهرية ، والمفاهيم ، والمبادئ للاغتراب ، ولكن الطالب يتعرض في الوقت نفسه إلى عمليات انفصال عن أسرته ، وعن الترفيه الذي اعتاد عليه ، ويطلب بالتخلي عن نظريته الذاتية المميزة لنفسه ، بغض النظر عن مرحلته الدراسية ، وكلما كان المنهج لا يلي متطلباته ، كلما زاد عدم رضا الطالب عن دراسته ، ومن ثم عدم قدرته عليها أي اغترابه عنها هذا الأمر ، لا يقتصر على الطالب فقط ، بل يمتد إلى الكوادر التدريسية والتعليمية ، فمن أسباب اغترابهم تدني النظرة لمهنة التعليم ، وقصور نظام الترقيات ، والمعايير الخاطئة التي تطبق في اختيار الكوادر التدريسية التي لا تعطيه إحساسا بالطمأنينة كذلك من هذه الأسباب وشعور المعلم بأن مهنته فقدت معناها ، وإحساسه بالملل والتكرار. (الموسوي, محمد محي، 2016، صفحة 95)

#### رابعاً: مظاهر الاغتراب الثقافي

##### 1. التأثير على الهوية الثقافية:

تعد الهوية الثقافية أساس تماسك المجتمع وتطوره وهي أكثر أهمية في حياة المجتمع ، والهوية هي نسق المعايير التي يعرف بها الفرد وهي حصيلة لمجموعة من أنساق العلاقات والدلالات التي يأخذ منها الفرد معنى لقيمه ويضع لنفسه في ضوئها نظاما يشكل في إطاره هويته بحيث تتوفر له من جراء ذلك إمكانية تحديد ذاته داخل الوسط الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه ويتحدث علماء النفس الاجتماعي على نوعين من الهوية بينهما درجة كبيرة من الارتباط هما الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية ، حيث تقوم الهوية الشخصية على الخصال الفردية والوعي أما الهوية الاجتماعية تقوم على الانتماء للجماعة واضطراب الهوية الثقافية يظهر بالدرجة الأولى على كلا المستويين النفسي والاجتماعي. (يعقوبي، 2017، صفحة 118)

تتجسد الهوية الثقافية في عدة عناصر أساسية منها:

- العقيدة أو الدين: ويعد الدين من العناصر الأساسية في بناء الهوية الثقافية، وهو اليوم يواجه حملة شرسة من أعداء الإسلام في إطار العولمة المنافية للإسلام، وذلك إيماناً أن استعادة المسلمين لهويتهم يشكل لهم خطر كبير يهدد وجودهم.

- اللغة: اللغة هي اللسان الناطق لكل هوية ثقافية الخاصة بمجتمع ما، وهي عامل يبين اختلاف بين مجتمع وآخر، وهي أسلوب لاحتكاك والتواصل وتأكيد وجودها. ولا يمكن أن تقوم أمة أو حضارة إلا ولها من اللغة نصيب يحتوي مضمونها ويعزز وجودها.
- التاريخ والماضي: يمثل التاريخ والماضي المشترك بين أفراد شعب ما عنصراً في الهوية الثقافية لمجتمع ما، فالتاريخ يبين حقيقة الاستعمار في العولمة الثقافية، والتاريخ هو الوقوف على الماضي ويقف على الحقائق ويبني تطلعات لمستقبل الشعب.
- العادات والتقاليد: العادات والتقاليد هي جملة من السلوكيات المشتركة بين أفراد المجتمع الواحد، وتعتبر زادا وراثيا اجتماعيا يرسم ملامح العيش في المجتمع في شتى المجالات.
- الأدب والفنون: حيث أن لكل مجتمع فنون وآداب خاصة به تميزه عن غيره يسعى لإعادة إحيائها للأجيال اللاحقة وتشمل الرسم والشعر والنثر والمسرح وغيرها من الفنون بالإضافة إلى فن العمارة بما يحتويه من فن البناء والنقش. (ساعد و بن تيشة، 2015، صفحة 198)

ومن الآثار السلبية المترتبة على فقدان الهوية الشخصية أو الثقافية ظهور العديد من السلوكيات غير المقبولة مثل الانسحاب والبعد عن التعامل مع الجماعة، وعدم المشاركة في المسؤولية الجماعية والتمركز حول الذات، والانغلاق في دائرة الأهداف والصالح الشخصية دون المصالح العامة، ورفض القوانين والمعايير الاجتماعية والثقافية. (منصر، خالد، 2012، صفحة 111)

## 2. أثر العولمة في الاغتراب الثقافي:

يمكن القول إن العولمة أثرت على الهوية الثقافية للشباب، وبالأخص على ( الدين واللغة والقيم الثقافية ) كما يمكن القول: إن الشباب يعيش حالة من الانبهار بالثقافة الغربية، وبأسلوب حياة الغرب، وتحصل هذه التبعية الفكرية دائما عند الشعوب المتأخرة، ثقافياً، وعلمياً، واقتصادياً، والتي تؤدي بدورها إلى انصهار الهوية الثقافية وإلى أن يصبح التقليد عنصراً أساسياً في حياة الشباب لذا، على المجتمعات العربية التمسك بالهوية الثقافية، من خلال التمسك باللغة العربية، والقيم، والتقاليد العربية لكي يتمكن المجتمع، والشباب خصوصاً، من المحافظة على الهوية وعلى بقائها واستمرارها، ومقاومة كل الغزو الثقافي، أو الحضاري الذي يحاول الاستقطاب أو فرض التبعية وهذا ما حملته العولمة من خلال الثقافة الغربية إلى مجتمعاتنا الإسلامية. وفي مقابل هذه المواقف الراضية للعولمة وما فيها من مخاطر على الهوية الثقافية، نجد من يرى أن الوطن العربي ما زال في طور المناقشات الأيدولوجية الراضية للعولمة، دون راسة لقوانينها كافة، أو للتيارات التي تتقبلها بلا شروط أو تحفظ، لذلك يجب رفضها فضاءً مطلقاً بالتفاعل الحي الخلاق معها، ووضع استراتيجية مناسبة من أجلها. (الموسوي، محمد محي، 2016، صفحة 106\_105)



### 3. الصراع بين الماضي والحاضر في الثقافة العربية:

إن أول معضلة تواجه أي ثقافة في مرحلة النهوض هي الصراع بين القديم والجديد، بين الماضي والحاضر، ومن ثم كان -ولا يزال- في ثقافتنا العربية صراع نشب ولم يتوقف منذ فجر النهضة العربية بين التراث والعصر، وهو ما نطلق عليه عادة بالأصالة والمعاصرة أو التجديد. (الشاطر، 2016)

وتعاني الثقافة العربية من أزمة قيم تتمثل في انشطارات ثقافية متنوعة. ويرجع ذلك إلى صراعات قيمية بين قيم الماضي وقيم الحاضر، وبين قيم الثقافة التقليدية وقيم الثقافة المعاصرة. وتعود هذه الأزمة إلى عدم قدرة الثقافة العربية على احتواء القيم الجديدة التي تطرحها الثورات العلمية التكنولوجية المتقدمة في كافة المستويات، مما يؤثر سلباً على بنية الشخصية العربية ويؤدي إلى اغترابها.

لقد انقسم المفكرون العرب حول قضية الصراع بين القديم والجديد، أو بين التراث والمعاصرة في الفكر إلى ثلاثة توجهات. اعتمد أولها على الحديث والحديث فقط، دون أن يأخذ في اعتباره الماضي من تراثنا. أما التوجه الثاني فيرى أصحابه أن الصحيح هو التراث والتراث فقط. أما الفريق الثالث فقد حاول المزج بين القديم والجديد بين التراث والمعاصرة.

وحول الصراع بين الماضي والحاضر في الثقافة العربية أوضح محمود عبد الفضيل أن هناك أنواعاً مختلفة من المثقفين، منها المثقف الاجتراري الذي يركن إلى الكسل الفكري ويحلو له إعادة اجترار النصوص والمقولات الجاهزة، وتضعف لديه روح الاجتهاد والابتكار، إنه أسير صياغات وقوالب جامدة تسترجع إنجازات «السلف الصالح»، من دون تجديد أو نقد أو تمحيص، هناك أيضاً المثقف «الليبرالي الجديد» يتحدث عن أمجاد وإنجازات الليبرالية الغربية من دون أن يحاول أن يتصدى لمشاكل الواقع الاجتماعي والسياسي المعاصر. (خليفة، عبد اللطيف محمد، 2003، صفحة 74)

ويظهر الاغتراب الناتج عن الصراع بين الماضي والحاضر، اما بغرق الانسان في الماضي، ويبقى اسيراً لأفكاره الماضية، او يعيش في كنف التبعية بدون رأي او قرار يتقلد عناصر متنافرة من ثقافات مختلفة. (بن زاهي، منصور، 2007، صفحة 36)

### خامساً: الأسباب المؤدية للاغتراب الثقافي

#### 1\_ الأسباب الاجتماعية :

\_\_ ضغوطات البيئة الاجتماعية والفشل في مواجهة هذه الضغوطات.

\_\_ الثقافات المتعددة التي تسود فيها عوامل الهدم والتعقيد.

\_التطور الحضاري السريع ومحاولة الفرد مواكبته في اي شكل من الاشكال.

\_عدم تمسك الفرد بدينه والاختلاط مع الاديان الاخرى والضعف الاخلاقي، والانفتاح على كلما هو محرم. هو تدهور نظام القيم بين الاجيال.

\_اضطراب التنشئة الاجتماعية حيث تسود الاضطرابات في الاسرة والمدرسة والمجتمع.

\_مشكلة الاقليات، ونقص التفاعل الاجتماعي، والاتجاهات الاجتماعية السالبة والمعاناة والتعصب والتفرقة في المعاملة. (مويت فيصل, عبد الامير, 2015، صفحة 41)

## 2\_الاسباب الاقتصادية :

ان الانعكاسات الاقتصادية التي سادت البلد نتيجة السياسات والاحزاب والفوارق الطبقية و ظهور عدد كبير من ذوي الدخل المرتفع و قياسه بذوي الدخل المنخفض والاختلافات الواضحة في مستوى المعيشة مما من مصوري العلاقات الاجتماعية فكلما قل مستوى المعيشة يقل في ، واضح وصريح في مستو العلاقات الاجتماعية مما يزيد شعور الفرد بالاغتراب الناتج عن الفجوات الاقتصادية فضلا عن ظروف التحضر و التطورات التكنولوجية و المتغيرات الاقتصادية قد و تسببت في شعور الفرد بالغرابة وهو داخل بلده عن قيم مجتمعه و تقاليده ومعاييره فكيف عندما يغادرون بلدانهم ليعيشوا نظاما اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا جديدا قد تكون غريبة عنهم وقد اشار مهر انه توجد اسباب في نشأت الاغتراب الثقافي :

الاول: عدها مشكلة اجتماعية تنشأ نتيجة الضغوط والتفكك والظلم الموجود في النظام الاجتماعي وينظر للفرد المغترب على انه ضحية مجتمعه وان الاغتراب فرض عليه بواسطة المجتمع والثقافة والتقاليد والاعراف غير العادلة ولكن اصحاب هذا الاتجاه قد اغفلوا أثر الشخصية وما يعانيه من اضطرابات. عد الاغتراب الثقافي مشكله نفسية وتطورية بطبيعتها وتعزو اسبابها الى هذا الاعتقاد ينظر الى الانسان على أنه ضحية انماط العلاقات.

ثانيا: الأمراض الشخصية الاسرية فاغتراب الفرد يعد اغترابا ذاتيا قبل ان يكون ثقافيا. (مويت فيصل , عبد الامير, 2018، الصفحات 105-106)

## 3\_الاسباب الثقافية:

ما يعمل على تعزيز الاغتراب الثقافي في المجتمع ما يسمى بالصراع الثقافي الذي ينجم عن اختلافات في القيم الثقافية والعقائدية التي تؤدي إلى حدوث خلافات بين الأفراد، وعندما لا يتم الوفاء بتوقعات الأشخاص المتعلقة بسلوك معين الذي يأتي من خلفياتهم الثقافية، حيث يكون للآخرين خلفيات ثقافية مختلفة بالإضافة إلى

توقعات مختلفة. هذا ما يترتب عنه الاغتراب الفكري أو العقلاني نتيجة القهر الناجم عن خضوع السلطة على شخصية ما، والصراع الذي يحدث من أجل إثبات الثقافة.

وللصراع الثقافي وجهان:

الأول يتمثل في صراع الأجيال والاختلاف الحاد بين الأجيال في الأفكار ووجهات النظر وكل جيل يحل معه مركب نقص اتجاه الآخر، فالكبار ينظرون إلى الصغار على أنه استلاب الشيء الذي كسبه، وأن سلوك الشباب يمثل إدامة صريحة لأهدافهم وقيمهم وأساليب عملهم بل وتشكيك في جدوى مشروعاتهم، وفي المقابل ذلك يعاني الشباب من غموض هويتهم وينكرون آلامهم وغير مسموح لهم بالعضوية في عالم الكبار فهم هامشيون من وجهة نظرهم وغير مؤهلين للحياة بعد.

أما الوجه الثاني فيتمثل في التناقض الذي يحدث بين ثقافتين مختلفتين: ثقافة غازية تحاول السيطرة والهيمنة والسيطرة. (يعقوبي، 2017، صفحة 139)

خلاصة:

نستنتج ان الاغتراب الثقافي ظاهرة سلبية، بارزة في وقتنا الراهن ناتجة عن العولمة التي جاءت لتوحيد أفكار العالم على النموذج الغربي، حيث أصبحت ثقافة المجتمع مهددة في ظل العولمة والاعتراب الثقافي يولد صراع ثقافي حاد بين المجتمعات، حيث ينعكس ذلك في سلوكياتهم وهويتهم، والتناقض الحاصل يكون نتيجة الثقافة الغربية التي تركز على هيمنة المجتمعات المحافظة.

الفصل الثالث: الإشهار النشأة،  
التطور والخصائص

## تمهيد:

عرف الإشهار منذ القدم وتطور بتطور التكنولوجيا، واصبحت أكثر جاذبية بتطور اساليب الاخراج والتصوير وغيرها حيث تكمن اهمية الاشهار اليوم في كونه منتشر في جميع الاوقات الزمنية، ويمكن الاطلاع عليه في اي مكان ما يتيح للأفراد التعرض لهذه المادة وفي هذا الفصل سنتطرق لكل جوانب الإشهار وكذلك الاتصال الإقناعي الموجود في الرسالة.

## أولاً: مفهوم، نشأة وأهمية الإشهار

### 1. مفهوم الإشهار :

تقدم موسوعة إنكارتا (Encarta) الإشهار على أنه الإعلان الذي يقصد منه الترويج للممتلكات أو الخدمات، وممارسة فعل نفسي لغايات تجارية، ويسعى إلى تعريف الجمهور بمنتج ما ودفعه إلى اقتنائه ويعرف أيضا على أنه «وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والسلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع. (خاين ، 2015، صفحة 35)

إن الإشهار عملية من عمليات الاتصال بالجمهور إذا هو يقوم بدوره بعملية نشر لبعض المعلومات الخاصة بين العديد من الناس فالعلاقة بين الاعلام كذلك وطيدة وربما يتداخل مفهومهما نظر لكونهما يستعملان نفس الوسائل ويتعايشان معا داخل الوسائل الاعلامية الكبرى مثل الراديو والتلفزة والصحافة وكلن رغم هذا التواجد فإنه سهل التمايز بينهما.

يجدر الاشارة ان مصطلح الاشهار يختلف فيه العلماء والباحثين المغرب العربي والمشرق العربي، حيث انه في المغرب العربي يطق عليه الاشهار اما في المشرق العربي فيسمى بالإعلان. ( عبد الله الثاني ، 2013، صفحة 24)

ارتبط الإشهار بمعنى الاعلان والافصاح من حيث صار معلوما لدى عامة الناس؛ فان الاشهار يختلف عن الاعلام شكلا ومضمونا فهو أقرب من المحامي او رجل القانون من الصحفي حيث انه لا يراعي الموضوعية طالما هم الوحيد ايجاد السبل الكفيلة لجعل الناس يبدون استجابة كبيرة فهو يعمل على التأثير في موقفهم وسلوكياتهم بنقلهم افكار وعبارات مختارة معبرة جذابة. (سالامي، 2014، صفحة 48)

### مفهوم النص الاشهاري:

بما أن مدار الدراسة النص الإشهاري في بعده اللساني، الذي هو لب العملية الترجمية، ارتأينا تقديمه من منطلق كونه نسقا لغويا ممارسة خطابية، لا يمكنها الانفلات من الاشكالية التواصل الذي يتطلب تفاعلا بين الهيئات

مرسلة و متلقة، كما يستدعي حضور المعيار اللساني الثقافي المشترك ما يجعل منه فعلا توجيهيا في المقام الاول و بناء عليه فإنه يصير ملتمى مجموعة تقاطعات المتمثلة في التعاقدات المختلفة اللغوية والاستراتيجية و التواصلية و الثقافية، يمكن رده الى افعال اللغة التي يحاط بها ضمن سياق ثقافي اجتماعي بناء على جملة من الاتفاقات القائمة بين اطراف العملية الاتصالية. (خاين ، 2015، صفحة 35)

## 2. نشأة الإشهار:

يرجع تاريخ الإشهار الى القرون البعيدة فمن بين الطرق التي عرفت قديما الاعلان الخارجي من خلال اللوحات الاشهارية الملونة او غيرها، التي كانت توضع امام المحل او تعلق في المبنى لجلب المارة.

وقد وجدت بعض هذه اللوح في المدن الايطالية القديمة، وفي العصور الوسطى كان الإشهار يسند الى البراحين او المنادين للترويج لبضائع التجار، اما الماركات والرسوم التي كانت ترمز الى المنتج أي السلعة فقد ظهرت في نهاية القرن السادس عشر.

غير ان الولادة الحقيقية للإشهار كانت في الولايات المتحدة الامريكية، حيث استعمل الإشهار المباشر في اراضيها التاسعة خلال ارسال الكتالوجات ويعتبر بائعي الحبوب وموزعي الكتب هم اول من اعتمد هذه الطريقة، وبهذا ظهرت عمليات البيع من خلال المراسلة منذ 1870. (عبد الكافي، 2019، صفحة 62)

انطلق ليصل للشاشات بدأ من السينما لينتقل بعدها الى صندوق العجب أو الشاشة الصغيرة فظهر أول إشهار تلفزيوني بفرنسا في أكتوبر 1968، ومنذ ذلك التاريخ أصبحت القنوات التلفزيونية تقدم بعض الومضات الاشهارية خلال فترات قصيرة والى غاية سنة 1983 وكان احتكار الدولة للإشهار واضحا بفرنسا ايضا بالجزائر التي لم تعط الحرية للخواص لإنتاج افلام اشهارية الا بعد فترة التعددية وتعديل القانون عام 1990.

وفي فرنسا أصبح الاشهار التلفزيوني مرخصا لكل القنوات التلفازية ومؤسسات التوزيع المرئي والإصدار الأدبي جانفي 2004. (بوصابة ع.، 2008، صفحة 37) من اهم مراحل مر بها الإشهار:

\* اول نشاط اشهاري بالمعنى الحديث في مطلع القرن السابع عشر مع إصدار اول صحيفة سنة 1625 في لندن، حيث تم فيها نشر اول اشهار يخص كتاب تم اصداره وقامت الصحيفة بعد ذلك بنشر عدة إشهارات كتب ادوية، قهوة.

\* ظهر في سنة 1710 الاشهار بمفهومه التنافسي، حيث اعتمد بعض مصنعي الأدوية على الصحف على الصحف والمجلات لمحاولة إقناع المستهلكين، بشراء الأدوية التي يصنعونها من خلا ابراز خصائها وقدتها العلاجية مقارنة بالأدوية الأخرى. (آخناق، 2008، صفحة 70\_71)

### 3. أهمية الإشهار :

على الرغم من الانتقادات العديدة التي توجه للإشهار كونه يزيد من تكاليف الحياة ويروج للقيم الاستهلاكية إلا ان له أهمية تكمن في: (العيفة، 2010، صفحة 62)

توفير المعلومات: تزداد أهمية الإشهار من وجهة نظر المستهلك والشركة من خلال المعلومات التي يقدمها والتي تعتبر وسيلة تستعمل للمفاضلة بين المتوجة والمعروضة.

تحقيق الاشباع: يلعب الإشهار دورا هاما في التسويق السلع والخدمات خاصة عندما تتشابه المنتجات من حيث الخصائص. (ابو نبعه و الزعي، 2014، صفحة 95)

وتكمن كذلك أهمية الإشهار في قدرته التأثير على القرار الشرائي بتوجيه مقرراتهم حسب رغبات واهداف الموجه (ابو طعيمة، حسام فتحي، 2008، صفحة 94).

ثانيا: اهداف الإشهار التلفزيوني ووظائفه ومبادئه

#### 1. اهداف الإشهار التلفزيوني:

إن الهدف الأول من الإشهار هو الاقتناع بالرسالة التي يحملها، وعن طريق هذا الهدف تتحقق أهداف أخرى، هذه الأهداف ينبغي أن تنبثق من استراتيجية التسويق ومن المهام المنسوبة للإشهار.

ومن أبرز الأهداف المتعارف عليها للإشهار كالاتي:

\* المساعدة في تثبيت صنف معين في السوق، أو تثبيت المزيج التسويقي للشركة من خلال إبلاغ وإقناع المستهلكين المستهدفين أو الوسطاء بالمزايا والمنافع المتضمنة في ذلك الصنف.

\* توفير اتصال مستمر مع المستهلكين المستهدفين حتى في حالة عدم توفر رجل البيع.

\* تمهيد الطريق لرجل البيع وتمكينه من إبراز وتقديم اسم الشركة ومزايا سلعتها.

\* الحصول على فعل شرائي فوري.

\* تغيير ميول واتجاهات وسلوك المستهلكين المحتملين، أو تكريس ولاء المستهلكين القائمين لأصناف معينة.

\*فتح آفاق جديدة لأسواق لم تكن قائمة قبل توجيه الحملات الإعلانية، أو خلق قطاعات سوقية جديدة لأول مرة. (طرابلسي، 2010، صفحة 64)

\*خلق صورة ذهنية طيبة لسمعة الشركة: حيث يعمل على محاولة تعديل أو القضاء على بعض الانطباعات السيئة عن المنتج الخدمة والتي توجد في نص المستهلك، ومحاولة خلق صورة ذهنية أفضل عنه، كما قد يقوم خلق درجة عالية من الثقة والاعتزاز بالمنتج لدى العاملين بالشركة، عندما يرون منتجاتهم يعلن عنها في وسائل الاتصال والإعلام.

\*مواجهة أو التخفيف من أثر إشهارات المنافسين: عن طريق عرض منافع ومميزات السلعة التي تجعلها تتفوق على مثيلاتها في السوق وخلق درجة من التعدد وسهولة تمييز العلاف أو العلامة الخاصة بالسلعة (فنور، بسمة، 2008، صفحة 89\_90).

\*تقديم المعلومات لغير المستهلكين أو المستهلكين المرتقبين لتعريفهم بمزايا السلع والخدمات وأماكن توافرها. (شدون، 2016، صفحة 216)

ويمكن تلخيص أهداف الإشهار في ثلاثة محاور أو مستويات:

- الأهداف الإدراكية (les objectifs cognitifs): أي التعريف بالمنتج ونقصه به التعريف بوجود السلعة أو الخدمة، مميزاتا كيفية استعمالها، وكذلك تزويد المستهلك معلومات وبيانات تساعده على اكتشاف جوانب كثيرة يجهلها عن السلعة أو الخدمة.

- الأهداف العاطفية (les objectifs affectifs): 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 (les objectifs conatifs) : أي تحريك رد فعل المستهلك و تعني 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 (منصوري و بن عمار، 2021، صفحة 393\_394).

## 2. وظائف الإشهار التلفزيوني:

تتعدد وظائف الإشهار التلفزيوني ويمكن تلخيصها في خمسة وظائف اساسية:

### 1.2. الوظيفة التعليمية:

وتهدف لتعريف المستهلك بالسلعة وخصائصها او خصائص الجديدة للسلع المعروفة وطرق ومجالاته استعمالها وكيفية صيانتها والحفاظة عليها.



## 2.2. الوظيفة الارشادية:

وتهدف الي اخبار الجمهور بالمعلومات التي تسيير له الحصول على تلشي المعلن عنه بأقل جهد وفي أقصر وبأقل منفعات وفي ارشاد الجمهور الي كيفية اشباع حاجاته.

## 3.2. الوظيفة التنافسية:

وتهدف لإبراز خصائص السلعة مقارنة بالسلعة المنافسة بهدف التأثير على المستهلك لتفضيل سلعة الشركة عن باقي سلع المنافسين.

## 4.2. الوظيفة التذكيرية:

وهو الذي ينشر او يذاع متعلقا بالسلع او الخدمات او الافكار او المنشآت معروفة طبيعتها ومعلومة خصائصها للجمهور بقصد تذكير الجمهور بها والتغلب على عادة النسيان الاصلية لدى البشر. (الضبع ر.، 2011، صفحة 143\_144)

## 3. مبادئ الإشهار التلفزيوني:

لكي يكون الإشهار قوة اقتصادية واجتماعية ووسيلة مؤثرة على سلوك المستهلكين وتصرفاتهم، فلا بد من أن تتوفر فيه مبادئ وأصول تجعله يحقق الغاية منه، ويحصل على ثقة الجمهور والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

- يجب أن يكون الإشهار بسيط في فكرته، سهل القراءة والفهم. أي بعيد عن التعقيد في عناصره وأن تكون افكاره قليلة.
- يجب أن يتكلم المعلن عن الإشهار عن السلعة مباشرة، مع التركيز على فوائدها ومميزاتها.
- أن تستخدم الإشهارات الوسائل الإيضاحية البسيطة في شرح مميزات السلعة، وكيفية استخدامها.
- إتباع الأسلوب العلمي الحديث فيما يتعلق بدراسة السوق، والمستهلك المقصود توجيه الإشهار إليه، وكيفية التأثير على الجماهير، ومراعاة التصاميم الفنية للرسالة الاعلانية وفقاً للأساليب العلمية المتبعة في التصميم والإخراج والإنتاج.
- أن تكون السلعة أو الخدمة المعلن عنها ذات فائدة حقيقية للمستهلك المرتقب اي تكون صادقة عند استخدامها.

- أن يكون التصميم والإخراج جيداً وذلك للفت الانتباه لدى القارئ وإقناعه بالمنطق السليم وترغيبه بالشيء المعلن.
- أن تحوز الرسالة الإشهارية على ثقة القراء والمشاهدين والمستمعين.
- الامتناع عن الإساءة للشعور العام لدى الجماهير، وأن تراعي العادات والتقاليد والأعراف السائدة، وألا تتعارض معها، أو تخرج عن المألوف، وأن تستخدم كل ما يتفق معها لأنه ليس من السهل مهاجمة العادات أو جرحها من بعيد أو قريب.
- أن يحقق الإشهار مصلحة المعلنين ويدار بطريقة اقتصادية وبأقل جهد ممكن وأقصر وقتاً وأقل نفقة والوصول إلى الجماهير الغفيرة.
- لا يجوز أن يحتوي الإشهار على اسم أو شخص بدون إذنه.
- كفاءة وسائل نشر الإشهارات باختيار الوسيلة الملائمة والتي تتناسب مع إمكانيات وثقافة المستهلكين للسلع أو الخدمات المعلن عنها، وتصل إلى الجمهور المستهدف بسهولة ويسر.
- تجنب الضرر بأموال الناس، واعتماد مبدأ الصدق والبعد عن الكذب والتضليل، وذكر الحقائق التي تعزز الثقة مع الجمهور.
- تجنب الإضرار بصحة الجماهير.
- استخدام العبارات الفاضلة والرائحة واللغة المفهومة والواضحة والسليمة، لأن الإشهار الذي يحتوي على عبارات أجنبية أو غير واضحة يصبح غير ذي فائدة لأن الرسالة لا يفهمها الجمهور المستهدف والعمل على استخدام العبارات السهلة التذكر. (عابد، 2019، صفحة 40\_41)

### ثالثاً: أنواع وعناصر الخطاب الإشهاري التلفزيوني:

#### 1. أنواع الإشهار التلفزيوني:

تتعدد أنواع الإشهار التلفزيوني بحسب الموضوع والجهة المقصودة وغيرها:

**الإشهار حسب المنتج السلعي أو الخدمي:** حيث يفرق في هذا الصدد عما ان كان المنتج خدماتي كالإشهار عن التدريب اعلامي او استهلاك الإشهار عن الملابس والآلات

**إشهار حسب الوجهة المقصودة:** ويعتمد هذا المقام حجم السوق كمعيار للتقسيم فنجد اشهار العام الذي لا يعتمد التصنيف الاجتماعي وهناك اشهار فئوي يختص بفئة اجتماعية معينة كالأطفال والنساء وهناك كذلك اشهار مهني الذي توجه رسالة الى مهن معينة كالأطباء والمهندسين.

**إشهار حسب دورة حياة المنتج:** ويختلف فيها اشهار هنا من حيث الموضوع بحسب دورة حياة السلعة فيكون إشهار في بداية حياة السلعة ونشوئها مختصرا على إزالة مخاوف المستهلك

**إشهار حسب الجهات المساهمة في تمويله:** وينقسم الإشهار حسب جهات التمويل الى اشهار فردي حيث يتحمل مصاريفه المنتج أو الموزع للسلعة ثم اشهار أفقي حيث يغطي مصاريف مجموعات منتجين في الإشهار راسي تقع مصاريفه على عاتق المنتج والموزع. (شبايكي, سعدان; حفيظ, مليكة، صفحة 90)

### **إشهار حسب الانتشار الجغرافي:**

\* **إشهار محلي او اقليمي:** والذي يتم على مستوى محافظة او مقاطعة او مدينة معينة ومثاله شركة نقل محلي لا تتعدى خدماتها اقليم معين.

\* **إشهار وطني:** وهو الذي يوجه الى كل الجمهور المقيم داخل حدود الدولة الواحدة ويصدر عن منشآت يغطي نشاطها كل اقليم الدولة كالبنوك.

\* **إشهار دولي او عالمي:** وهو الذي يتجاوز اقليم الدولة كإشهار شركات الطيران وشركات متعددة الجنسيات. (كوسة ، 2008 ، صفحة 73)

**الإشهار حسب الجهة المعلنة:** يختلف الاشهار بحسب الجهة المعلنة اذ نجد الاشهار التجاري الذي ينصرف الى الترويج السلعي والخدمي والاشهار العمومي الذي تقوم به اجهزة الدولة للإعلان عن مناقصات وغير ذلك والاشهار الاجتماعي وهو الذي يهتن بالجوانب الاجتماعية للأفراد مثل اشهار الجمعيات والمناسبات. (شبايكي, سعدان; حفيظ , مليكة، صفحة 91)

## **2. عناصر الخطاب الإشهاري التلفزيوني:**

يتكون الخطاب الإشهاري التلفزيوني من مجموعة العناصر المترابطة ببعضها البعض باعتباره نسيجاً تشابك فيه جملة من الوسائل والعلامات وفق قواعد تركيبية ودلالية وتمثل هذه العناصر في:

**المرسل:** هو الذي يحدث الخطاب ، و يعمل على شحنه بما يحتاجه من مادة إشهارية لازمة بالنظر إلى الموضوع يتناوله الإشهار ثم يقوم بإرساله نحو المتلقي الذي يتحدد بناء على نوعية المنتج : في الروائح و العطور

والكريمات يتلقاها جمهور النساء، الحليب و الجبن و الحلوى واللعب يتلقاها جمهور الأطفال، و السيارات الفاخرة و المكاتب و الحقائق البراقة يتلقاها غالبا رجال الاعمال و هكذا يعمل المرسل على تحقيق الوظيفة التعبيرية في الخطاب الإشهارى في ضمنه ما يثير ذوق المتلقي و يسيل لعابه نحو المنتج لذلك يكيف صيغته حسب الأحوال و المقامات التي يقتضيها .

**المرسل اليه:** هو العنصر الثاني المهم في العملية الاشهارية التلفزيونية وهو المقصود بالإشهار ولا تتم العملية الاشهارية الا به ومن خلاله تتحقق الوظيفة الإفهامية الندائية إذا يعمل المرسل على افهام المرسل إليه من مشاهدي التلفزيون بجدوى المنتج وأهميته بأي طريقة، فيقدم على استهلاكه ويحقق الهدف الاساسي الذي يريد المرسل .

**الرسالة الإشهارية:** يفترض وجود مرسل او متكلم يحدث أقوالا ومستقبلا لهذه الأقوال ويعمل على فهم أنساقها الدلالية المختلفة واللسانية والأيقونة البصرية وتحليلها وتأويلها بعد ذلك وهنا تتحقق الوظيفة الشعرية وتعد الوظيفة السيدة في الخطاب بصفة عامة وفي الإشهار بصفة خاصة.

**المقام:** إن العلاقة بين المرسل والمرسل اليه لا تتم بشكل اعتباطي او عشوائي وإنما تتم حسب ما يقتضيه المقام وظروف الخطاب الخيطة بإحداثه وإنتاجه وإرساله واستقباله، وما يتطلب ذلك من خصائص لغوية، يمكن ان نطلق عليها قرائن الخطاب، ومن خلال المقام تتحقق الوظيفة المرجعية بالنسبة لمرسله وملتقيه بما يحملان من خصوصيات لغوية وغير لغوية، ثقافية اجتماعية ونفسية.

**الوضع المشترك بين المتخاطبين:** يتمثل هذا العنصر في ان ينطلق طرفا الخطاب من الأوضاع نفسها، فهناك علاقات وثيقة بينهما، ويمكن ان تراعي في تحليل الخطاب الاشهارى، واتخاذها سمات علامات تجمع بين مرسل الخطاب وملتقيه وهي: وحدة اللغة / وحدة الثقافة / وحدة البداهة.

**قناة التبليغ:** هي الوسيلة المستعملة في ايصال الحديث، والتلفزيون هي الوسيلة التي يتم عبرها تمرير الرسائل الاشهارية المصورة، وفيه تتحقق الوظيفة الإنتباهية ذلك ان الاشهار يعمل على ان يثير ردود افعال المشاهدين وانتباههم نحو الموضوع. (بوصابة, عبد النور، 2008، صفحة 38\_39)

**رابعا: خصائص الإشهار التلفزيوني وعوامل تطوره**

**1. خصائص الإشهار التلفزيوني :**

**1.1 الإشهار عملية اتصال جماهيرية:**

تتسم اتصالات الاشهارية انها منتشرة في كل مكان وفي جميع الأوقات الزمنية ونظرا لطبيعة الانتشار فأنا الاتصال الإشهاري يتيح للمستهلك الوقت الكافي والمناسب للتفكير في اتخاذ قرارات يتيح خاصية الجماهيرية في الاعلام الفرصة البحث والمقارنة بين الماركات السلع المعلن عنها وماركات المنافس ويتم الاتصال بين المعلن والجمهور بطريقه غير مباشره من خلال وسائل الاعلام راديو تلفاز وغيرها من المواد الإشهارية المدفوعة.

## 2.1. المادة الاشهارية عملية اتصالية مدفوعة الأجر:

على مستوى إعداد الرسالة الإعلامية وانتاجها وعلى مستوى استخدام إمكانيات الوسيلة نقل له ويتم تحديده على الأجر وفقا للوحدات النوعية الخاصة بكل وسيلة متفق عليها سلفا صحيفة اذاعه تلفزيون سينما والقائم بعملية الاتصال الإشهاري هو المعلن وتختلف قيمة النقدية المدفوعة في هذه الوحدات من وسيلة اعلامية الى وسيلة اعلامية اخرى في ضوء العديد من العوامل المتغيرات.

3.1. توضيح والتصوير المبالغ: خلال استخدام الموسيقى بالعناصر الدرامية والمؤثرات الصوتية لتوضيح والتصميم الخلاق الرسالة الإعلامية بما تشتمل عليه ألوان صور رسوم عناوين نصوص وشعارات استخدام المؤثرات وغيره وغيرها تظفي على الإشهار شفت القبول من جانب المستهلك وتجعله قادر على تقبل الخدمة.

## 4.1. الإشهار لا يقتصر على عروض الترويج السلع فقط وإنما يشمل الأفكار الخدمات:

عندما أصبح العالم كله عبارة عن قرية صغيرة أصبح الإشهار عن الشيء أمر سهل وعملي في ظل كل هذا التقدم ولا يقتصر على الترويج والإعلان على السلعة فقط معينه او خدمه معينه. (الضبع ر.، صفحة 114\_115\_116)

## 2. عوامل تطور الإشهار التلفزيوني:

العوامل التي أدت إلى تطور الإعلان وانتشاره يمكن تحديد العوامل التي كان لها أكبر الأثر على تطور الإشهار وتطوره شكل مضمونا واستخداما:

\* اختراع المطبعة وما تلاها من وسائل الاتصال متعددة كونت قنوات لوصول المعلن إلى جماهيره وقطاعاته مستهدفة بسهولة ويسر على كلا الطرفين ويبلغ عدد تطور مدها على مستوى وسائل الاتصال من حيث التعددية في النصف الثاني من القرن العشرين حتى أصبح الإعلان أحد سمات العصر الكتروني وما يعكس تطور مكانة الإشهار في السنوات الأخيرة زيادة الإنفاق عليها من المؤسسات المختلفة وارتفاع حجم الإنفاق الإشهاري.

\* التطورات التكنولوجية والتقدم العلمي الهائل الذي أدى إلى التوسع الإنتاجي الجماهيري والمنظمات والمؤسسات إنتاجية وخدماتية التي تعمل على نطاق دولي واسع في شركات إنتاج السيارات أجهزة الراديو والتلفزيون والحاسبات

الإلكترونية وغير ذلك من الأجهزة الكهربائية وشركة الطيران والسياحة والفنادق مما استدعى إلى استخدام وسائل مناسبة لفتح أسواق جديدة لتوزيع هذه المنتجات والخدمات وخلق الرواج الواسع لها داخل بلاد إنتاج وخارجها.

\*تعدد الوسائل الإعلامية وانتشارها وتنوعها من حيث التغطية الجغرافية واللوائح والضوابط والامكانيات الفنية وتعريفاتها الإعلانية مما آتاها قنوات مختلفة وتحت تكرر الإشهار عبر وسائل عدة في وقت واحد في الوصول الى الجمهور المستهدف وزيادة فرص التكرار والإلحاح الإشهار العاطفي وبالتالي ظهرت الإشهارات عبر القنوات عدة والنشرات والصحف والأفلام السينما اشهار عبر الراديو والإشهار عبر التلفاز حتى عبر اشطرة الفيديو في الانترنت.

\*تزيد الوكالات الإعلانية متخصصة مما أتاح لها فرصة أكبر للمنافسة والابتكار ورفع مستوى الجودة في مجال الانتاج الاعلامي الإشهاري شكلا ومضمونا الافكار والاساليب الجديدة والمستحدث فيه نتيجة توفر المتخصصين من محررين ومصممين ومنفذين. (الحديدي, منى، صفحة 43\_44\_45)

### 3.الاتصال الإقناعي :

هو نوع من الاتصال العام ، إلا أنه كما أشرنا في تعريف جوديت لازار للإقناع على أنه يستند إلى مساع معمولة في الوصول إلى الهدف المنشود إذا الفرق الذي يميز الاتصال الإقناعي عن مجمل أنواع الاتصال العام هو التخطيط والقصدية الواضحة للتأثير على الفرد الذي تقع عليه ممارسة الإقناع ، كما أن هذا النوع من الاتصال يتقاطع في أحيان كثيرة مع باقي أنواع الاتصال الأخرى ، لذلك تجد الباحثين يتحدثون بالإضافة إلى النظريات والاستراتيجيات لأنه ببساطة يرتبط بالتطبيق في الميدان مع الموجودة في كلا المفهومين عن تقنيات مختلف الموضوعات التي يعالجها الاتصال. (حجازي, جمعة، 2020، صفحة 149)

### 3.1.مهارة الاتصال الإقناعي :

الاقناع هو الاتصال الذي يحدث عندما يواجه المعلن عن قصد رسالة إعلانية لأحداث تأثير مركز على اتجاهات وسلوك مجموعة معينة من المستهلكين. ويتضمن ذلك النموذج مجموعة متكاملة من المكونات المترابطة والمتفاعلة وفق ترتيب وأولويات معينة.

### 3.2.نموذج الاتصال الإقناعي :

يتكون من ثلاثة عناصر اساسية هي :

اولا: العنصر الخاص بمن قام بالاتصال او المصدر المتضمن ما يلي:

\_\_تكوين و تحديد مجموعة الموضوعات و القضايا الإقناعي .

\_الدراسة التحليلية للجهود .

\_اعداد رسالة إقناعية.

ثانيا: العنصر الخاص بالوسائل الاتصالية المستخدمة.

ثالثا: العنصر الخاص بالجمهور المستقبلين ويتضمن ما يلي:

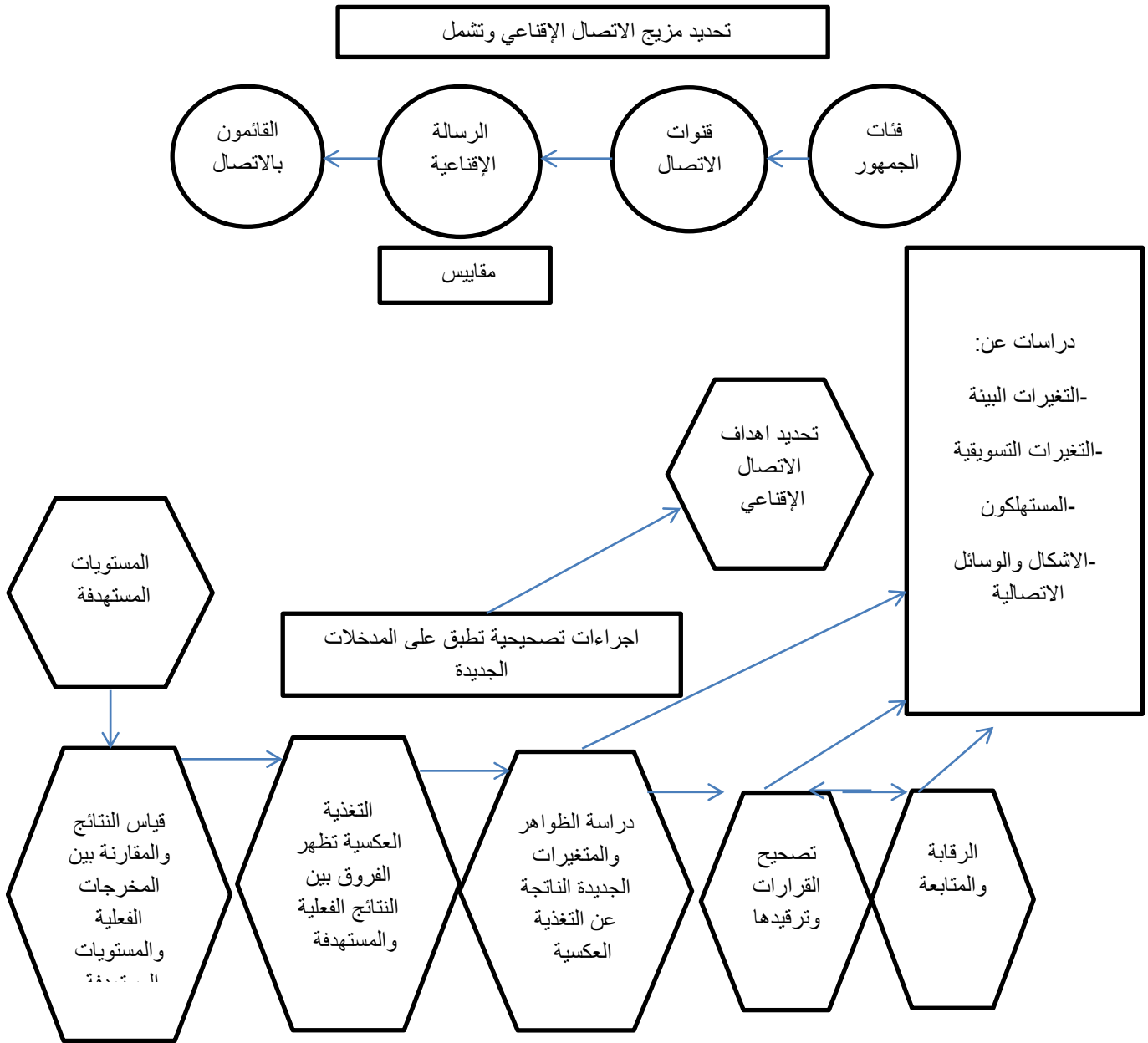
\_ تفسيرات الرسالة الإقناعية على ضوء الخبرات و الاتجاهات و القيم .

\_ استشارات الدوافع و الحاجات لدى الجمهور بما يتماشى مع الدعاوى الإقناعية.

\_ استجابة من الجمهور .(الصيرفي, محمد، 2007، صفحة 173\_175)

فيما يلي شكلا توضيحيا للنموذج الاتصال الإقناعي (الصيرفي, محمد، 2005، صفحة 491)

## الشكل رقم (01): نموذج الاتصال الإقناعي

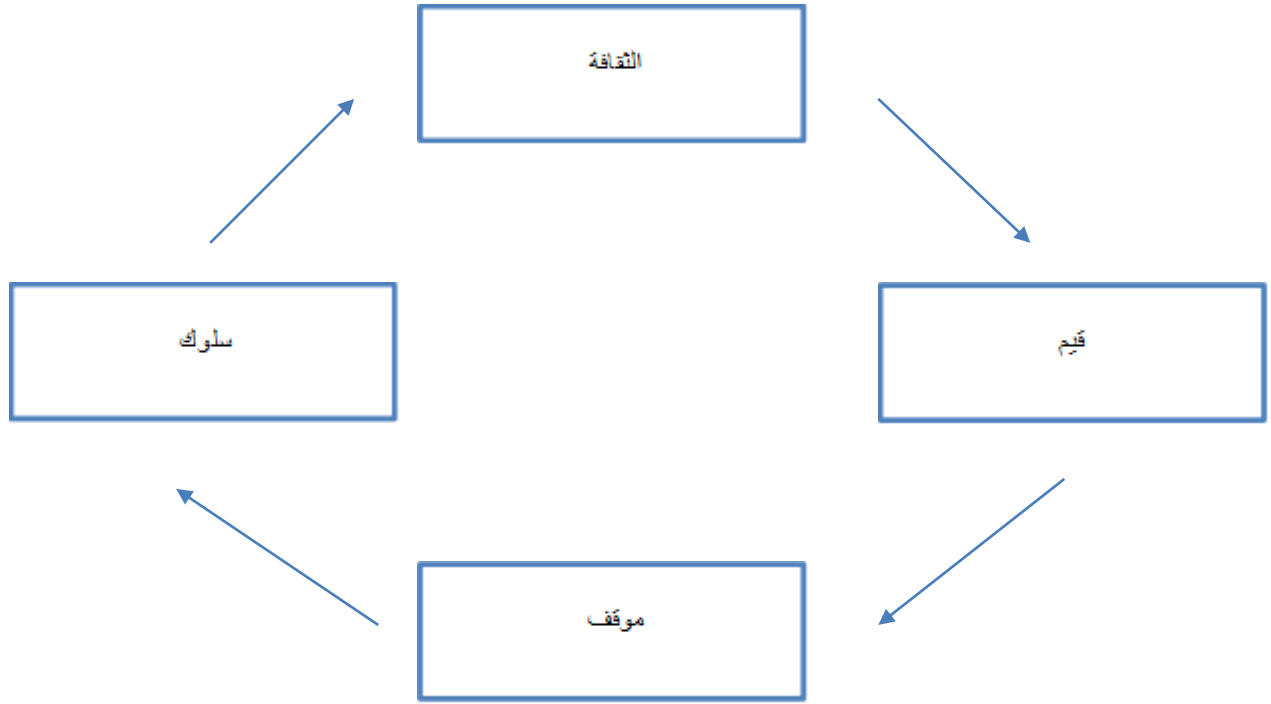


### 3.3. تغيير السلوك بفعل الاقناع والثقافة:

ان الأفراد يعبرون عن هوياتهم الثقافية من خلال القيم التي يحملونها عن الحياة والعالم الذي يعيشون فيه هذه القيم تؤثر على مواقفهم واتجاه السلوك لديهم وعملية تغيير السلوك هذه تؤثر فيما بعد على ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الفرد وتبدأ الدورة من جديد لفهم أفضل هذا الوضع نشير لشكل التالي: (Désaulniers, Karine, 2011, p. 66\_67)



الشكل رقم (02): مخطط يوضح تأثير الثقافة على السلوك والسلوك في الثقافة (Désaulniers, Karine, 2011, p. 67)



خلاصة:

نستخلص من هذا الفصل ان الإشهار التلفزيوني وسيلة فنية، تستغل كباقي الوسائل لإقناع المتلقي وذلك من خلال الخصائص الفنية التي تميزه عن باقي الوسائل الاعلامية، والتي تمكنه من اخذ النسبة الأكبر من المشاهدة والإشهار التلفزيوني لم يعد مجرد أداة تروج لسلع او خدمات فقط، بل أصبح يروج لثقافات أخرى تتنافى مع الثقافة الاصلية للمجتمع.

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

تم اختيار استخدام أداة تحليل المحتوى عن طريق استمارة تحليل المحتوى، وهذا لمعرفة أبعاد الاغتراب الثقافي التي تتجلى في الاشهار الذي يعرض في التلفزيون الجزائري.

## فئات التحليل:

يقصد بفئات التحليل العناصر الرئيسة او الرئيسية او الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها والتي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها، وتصنف على اساسها. (فنور, بسمة, 2008, صفحة 136)

### 1. فئات الشكل :

**1.1. فئة الزمن:** هو التقسيم للمضمون المرئي والتعرف على المساحة الزمنية المخصصة للإشهارات.

01:06

0:51 ثانية

0:51 ثانية

0:50 ثانية

0:31 ثانية

0:49 ثانية

0:47 ثانية

**2.1. فئة اللغة:** هي فئة التعرف على نوع اللغة او اللهجة المصاحبة للبرامج في القنوات الفضائية العربية محل الدراسة وتنقسم هذه الفئة الى:

\* لغة عربية: لغة تحترم قواعد الصرف والنحو.

\* لغة عامية: هي مجموعة اللهجات الدارجة في الدول والمستخدم في الواقع.

\* اللغة الفرنسية والانجليزية: وهي لغات اجنبية لا يستطيع عامة الجمهور فهمها.

\* المزج بين أكثر من لغة: وهي ما أشار اليه أحد المحكمين وتمت اضافتها للفئات السابقة.

**3.1. فئة الأشخاص الفاعلين:** تهدف هذه الفئة لتعريف بأعداد الأشخاص في المادة الاشهارية مبينين اجناسهم وقسمت كالاتي:

\* امرأة  
\* رجل وامرأة  
\* عائلة ممتدة  
\* اخرى تذكر

\* اطفال  
\* رجل ومجموعة نساء  
\* عائلة صغيرة

\* امرأة ومجموعة رجال  
\* مجموعة اصدقاء

#### 4.1. فئة اللباس: تهدف لمعرفة نوع ملابس الشخصيات وتم تقسيمها كالاتي:

\* لباس عربي  
\* لباس رياضي عربي  
\* لباس عصري  
\* لباس تنكري

\* لباس رسمي  
\* ملابس اطفال

#### 5.1. فئة الرموز (الانتماء): وهي فئات التي تجمع الرموز التي تشير لثقافات معينة والظاهرة بقوة في الإشهارات وظهرت كالاتي :

\* علامة ترمز لدول

\* ملابس لثقافة معينة

\* موسيقى غربية مع كلمات عربية او مختلطة

\* اكل وشراب لدول معينة

#### 6.1. فئة شكل الشخصية: تمثل اشكال الشخصية البارزة في الاشهار والتي ترمز لثقافات معينة او خلفية تكون هذه الشخصية كعنصر للجذب ووجدنا منها ما يلي في الإشهارات محل الدراسة:

\* الزومبي

\* شخصيات تشبه الكارتون

\* السارق

\* مروض الثور الاسباني

\* الشخصيات المشهورة

#### 7.1. فئة المؤثرات الصوتية: وهي الفئة التي توضح الأصوات المؤثرة في الإشهارات المختارة وتم تقسيمها كالاتي:

\* مؤثرات صوتية بشرية

\* مؤثرات صوتية صناعية (اصوات الابواب، الآلات)

\* مؤثرات صوتية الطبيعية

**8.1. فئة الموسيقى:** تهدف هذه الفئة التعرف على نوع الموسيقى المقدم وقسمت على النحو الآتي:

\* الجاز

\* كلاسيكية

\* الروك

\* الجاز

**9.1. فئة الاماكن(الديكور):** تهدف هذه الفئة التعرف على الاماكن التي تمت فيها التصوير والاجواء العامة للمادة وقسمت كآتي:

\* تصوير داخلي

\* تصوير خارجي

**10.1. فئات الكتابات على اللوحات والجدران :** فئة تهدف لرصد مجموع الكتابات باللغات الدخيلة في أي مكان للمادة البصرية وقسمت كالآتي :

\* لافتات

\* أسماء المواد والمنتجات

\* كتابات على الملابس

**11.1. فئة الاغتراب عن العادات والتقاليد:** تهدف هذه الفئة لرصد مجموعة الافعال الخارجة على النمط المتعارف عليه في الفعل والشكل العام للشخص الجزائري المحافظ وحصرت في هذه المجموعة التي كانت أكثر بروزا في الإشهارات:

\* الرقص على الطريقة الغربية الغناء (راب)

\* نساء متبرجات بدون حجاب

\* رجال بقصات شعر عصرية

**12.1. فئة الوسائل التقنية (انواع اللقطات) :** تهدف هذه الفئة لتعرف على كيفية ابراز الشخصية من خلال الكاميرا واللقطات التي كان هناك تركيز فيها على الشخص والديكور والفعل وغيرها وقسمت كالآتي :

\*لقطة عامة

\*لقطة الجزء الكبير

\* لقطة الجزء الصغير

\* لقطة متغيرة

**13.1. فئة زوايا التصوير :** تهدف هذه الفئة لتعرف على كيفية رصد المادة البصرية ومدى التركيز عليها من خلال زوايا التصوير والتي تحمل دلالات هي الأخرى وقسمت كالآتي :

\*زاوية منخفضة

\*زاوية مرتفعة

\*زاوية مستوية

\*زاوية مائلة

\*زاوية عين الطائر

## 2. فئات المضمون:

**1.2 فئة الموضوع:** يقصد بها الوقوف على العبارات او الافكار الخاصة بمسألة معينة ويعتبر الموضوع اهم وحدات تحليل المضمون عند دراسة الأثار الناجمة عن الاتصال وتكوين الاتجاهات (سلاطنية و الجيلاني، 2012، صفحة 57) .

وقد قسمت على حسب الإشهارات التي اختيرت وهي كآتي:

\*مواد غذائية

\*مواد التنظيف

\*خدمات

**2.2. فئة القيم:** يقصد بالقيم الحكم الذي يصدره الانسان على شيء ما، مهتديا بمجموعة المبادئ، والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك. (طعيمة، 2004، صفحة 281)

وقسمت القيم الطاغية في الإشهارات كآتي:

\*اللهو والمرح      \*الاختلاط      \*الجرأة      \*التحرر

**3.2. فئة اتجاه القيم:** وهي أكثر الفئات شيوعا حيث يتم تصنيف المحتوى بناء على المثبرات او المحدودات المختلفة وتعكس صفة الاتجاه قدر التركيز على الجوانب الايجابية والسلبية. (سلاطنية و الجيلاني، 2012، صفحة 62)

وقسمت كآتي:

\*قيم إيجابية (الصدقة- الاحترام- الجمال- صلة الرحم)

\*قيم سلبية (عدم الاحترام- الغضب- السرقة- التخويف- الشجار)

**4.2. فئة نمط الحياة:** فئة تجمع بين مجموع انماط الحياة للفرد التي برزت بكثر في الإشهارات والتي يندرج تحتها الصور النمطية للمجتمع الغربي بصفة عامة، وقسمت كآتي:

\*التغير في عادات الطعام

\*العادات اليومية

\*وسائل الترفيه

\*دمج التكنولوجيا في الحياة

**5.2. فئة الاساليب الإقناعية:** هي الاساليب التي يعتمد عليها مصمم البرامج في استمالة عقل او مشاعر الجماهير او الاثنان معا بهدف جذبهم للمشاهدة. (البطريق، 2009، صفحة 249)

وقسمت على النحو الآتي:

\* الاستمالة العاطفية

\* الاستمالة المنطقية

\* استمالة التخويف

في سبيل التأكد من الصدق الظاهري للأداة المستخدمة، تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين في نفس المجال وهم اشخاص اصحاب خبرة في المجال الاعلامي والوسائط المتعددة، للحكم على شمولية الأداة وقدرتها على القياس وهذا ما نرمي اليه كذا استشارتهم في التساؤلات واخذ ملاحظاتهم على محمل الجد وبعين الاعتبار وبعد الاطلاع على الملاحظات وضعت الاستمارة في قالبها النهائي، وسيتم اعتماد النسبة المئوية كمقياس لتكرار الفئات.

المعادلة المتبعة هي: التكرار \* 100 / مجموع التكرارات = النسبة المئوية

عرض و تحليل البيانات:

الجدول رقم(01): يمثل فئة مدة العرض للإشهارات

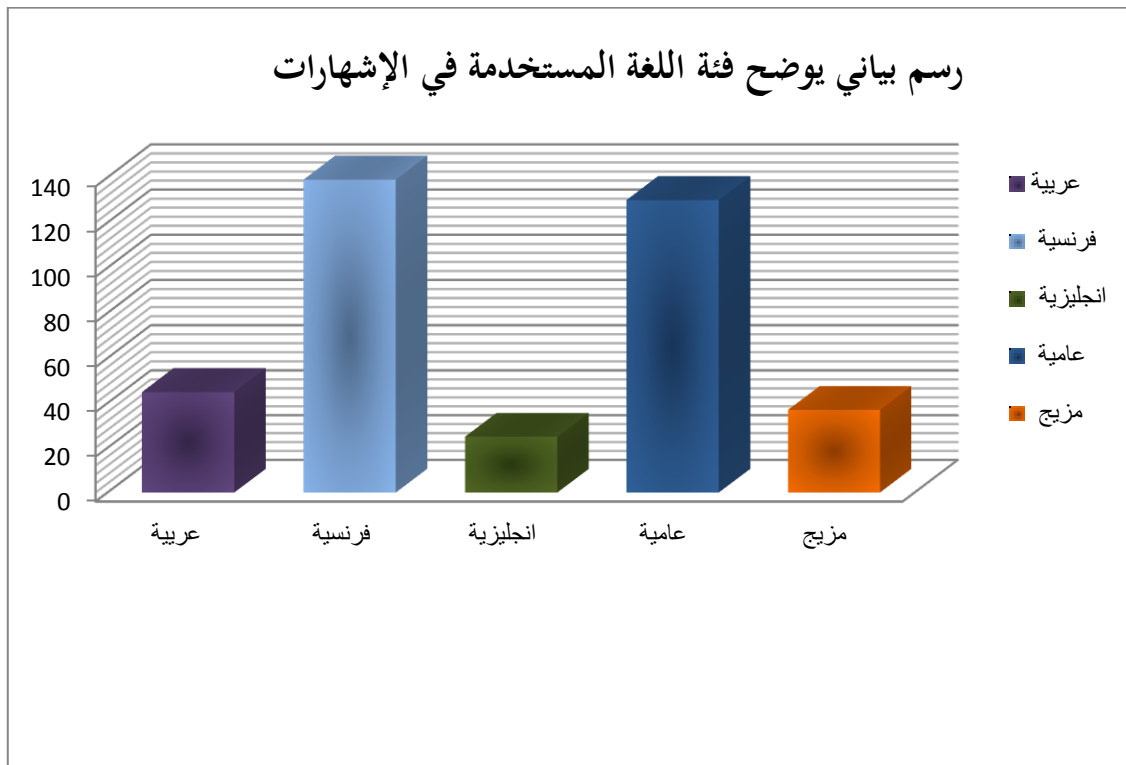
الاشهار	مدة العرض
01 اشهار قهوة اروما AROMA	01:06 دقيقة
02 حليب اروما	0:51 ثانية
03 بنك الهاتف بانكسي banxy	0:51 ثانية
04 غسول الملابس life	0:50 ثانية
05 منظم متعدد الأسطح BRILEX	0:31 ثانية
06 اشهار امير كلين AMIR CLEAN	0:49 ثانية
07 اشهار قهوة اوسكار OSKAR	0:47 ثانية
08 اشهار غسول الملابس توب سيل TOPSIL	0:42 ثانية
المجموع	06:17 دقيقة



الجدول رقم (02): يمثل فئة اللغة المستخدمة في الإشهارات

النسبة المئوية	التكرار	فئة اللغة المستخدمة	
11,96%	45	اللغة عربية	01
36,96%	139	اللغة فرنسية	02
06,64%	25	اللغة الانجليزية	03
34,57%	130	العامية	04
09,84%	37	مزيج بين أكثر من اللغة	05
100%	376	المجموع	

الشكل رقم (03): رسم بياني يمثل فئة اللغة المستخدمة في الإشهارات



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

## التحليل:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ اللغة الفرنسية تحتل المركز الأول بتكرار 139 كلمة بنسبة تقدر ب 96,36%، تليها العامية بتكرار 130 كلمة بنسبة 34,57%، والعربية بتكرار 45 كلمة بنسبة 11,96%، المزج بين أكثر من اللغة بنسبة 6,64% و9,84% وفي المرتبة الأخيرة اللغة الإنجليزية بنسبة 6,64%.

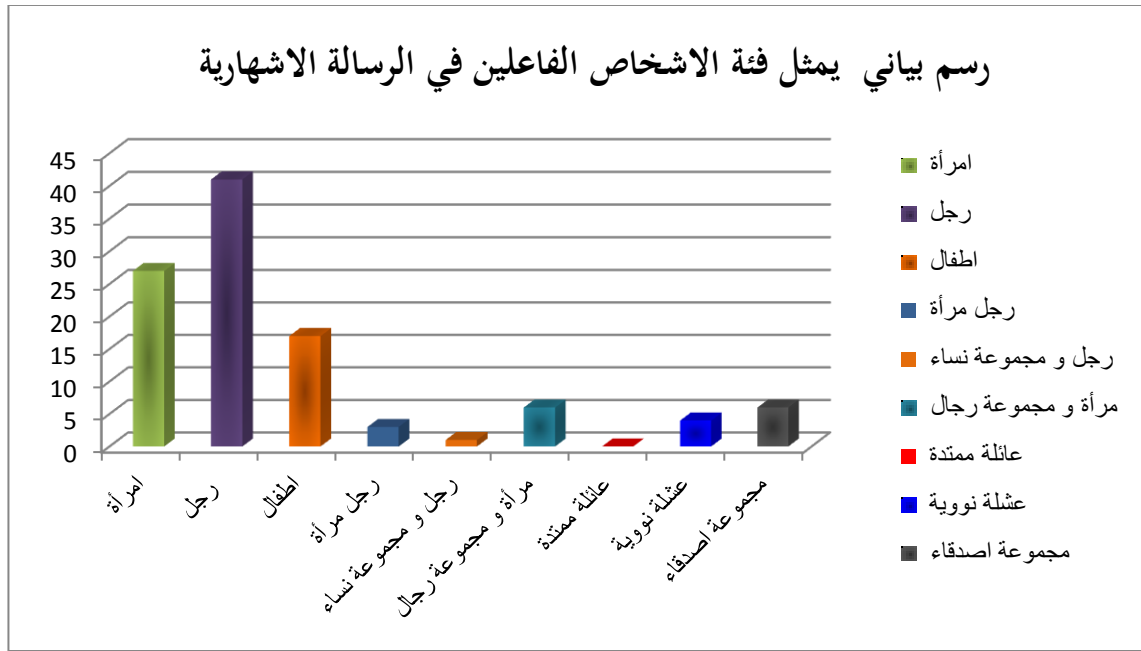
نلاحظ ان اللغة الفرنسية تطغى على الإشهارات، و يعود هذا الميول لتاريخ المستعمر الفرنسي الذي حاول في فترة استعمار له الجزائر محو كل ما هو عربي مسلم، بما فيه اللغة العربية التي تعتبر ترأسنة فكرية ثقافية للمجتمع الجزائري و كذلك اضعاف الامة يبدأ بلغتها، و على مستوى المدارس كانت البداية في نشر الارث الاستعماري الذي بقي مع الفرد الجزائري و دمجها بالعامية مع مرور الوقت، و كثرت استخدام اللغة الفرنسية في جميع المجالات و دمجها في كل ميدان حتى في الميدان الاعلامي السمي بصري من بينها "الإشهارات"، و هذا الاستخدام يجعلها تؤثر في الفرد أكثر فأكثر، فكما قال الاستاذ دحمان هشام المختص في اللسانيات "ان اللسان الجزائري تأثر في الحاضر أكثر من تأثره في فترة الاستعمار الفرنسي" حيث ان الفرد الجزائري في الوقت السابق كان يحاول الدفاع عن عروبه كمصدر للفخر، في المقابل حسب دراسة فنور اسماء تحت عنوان الرسالة الاشهارية في ظل العولمة تظهر اللغة الأجنبية في الإشهارات محاولة ابرازها و ادخالها في القاموس و معاملات شعوب اللهجة الدارجة او العامية كانت حاضرت في الإشهارات الجزائرية، على اساس الاستعمال اليومي لها و اخيرا الحديث عن اللغة العربية التي تأخذ النسب القليلة، في حضورها في الاشهار الجزائري و هنا المقصود بالغة العربية هي اللغة التي نحترم فيها قواعد الصرف و النحو و الاملاء و التي تغيب بشكل ملحوظ في الإشهارات الجزائرية فهذا يعتبر تمهيش لها و تمر هذه الاخيرة بصراعين، اولهم ضد باقي اللغات و الثاني داخلي مع العامية فهي تحاول فرض نفسها في الوقت الذي اصبح فيه الجيل الجديد يحاول التكلم بلغات اجنبية، و استخدامها و مزجها و استحداث العريزية و الفرنكوفونية اراب و هذه اللهجات العامية تتميز بسهولة اختراقها من اللغات الاخرى، و من هنا يمكننا القول ان الإشهارات تعزز من قيمة اللغات وهذا ما يجعل الفرد يتأثر أكثر بلغة معينة من خلال مشاهدته للإشهار المتكرر في فترات اليوم واثناء المشاهدة للبرامج المفضلة، الفرد يكون هنا في حالة تركيز وقابل لتعلم. و حرب اللغة من أكثر الحروب الممنهجة التي يتم فيها تسخير كل الآليات والوسائل لتنميط اللغة وتوحيدها مع النموذج الغربي والاشهار احدى الوسائل المتخذة في ذلك وهو راجع لقوتها في التأثير.

وهذا الاستخدام يضعف من اللغة العربية عند الشباب ويؤثر على تواصلهم اليومي، وانشاء مفردات دخيلة بدون ضوابط وهذا من نتائج دراسة سمير زباني من جامعة تلمسان لدراسة تجليات ضعف استخدام اللغة العربية في المدونات الشباب الجزائري.

الجدول رقم (03): يبين فئة الأشخاص الفاعلين في الرسالة الإشهارية

النسبة المئوية	التكرار	فئة الاشخاص الفاعلين	
%25,71	27	امرأة	01
%39,04	41	رجل	02
%16,19	17	اطفال	03
%02,85	3	رجل وامرأة	04
%0,95	1	رجل ومجموعة نساء	05
%05, 71	6	امرأة ومجموعة رجال	06
		عائلة ممتدة	07
%03,80	4	عائلة نووية	08
%05,71	6	مجموعة اصدقاء	
%100	105	المجموع	

الشكل رقم (04): رسم بياني يبين فئة الأشخاص الفاعلين في الرسالة الإشهارية



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل:

نلاحظ من خلال النتائج فئة الرجل تحتل المرتبة الاولى بتكرار 41 من مجموع الاشخاص الفاعلين في الإشهارات بنسبة 39,04%، والمرأة في المرتبة الثانية بتكرار 27 بنسبة 25,71% ثم الاطفال بنسبة 16,19% يليها امرأة ومجموعة رجال ومجموعة اصدقاء بتكرار 6 اشخاص بنسبة 5,71% وجاءت العائلة النووية بنسبة 3,80% رجل وامرأة بنسبة 2,9% وفي الأخير رجل ومجموعة نساء بنسبة 0,95%.

فيما لا وجود للعائلة الممتدة ولا ترويج لوجودها اصلا في الإشهارات.

نلاحظ من خلال النتائج التي تخص حضور الرجال في الإشهارات الجزائرية، تم توظيف صورة الرجل الجزائري بطرق سلبية لا تتوافق مع دوره الطبيعي المعروف خاصة في اشهار اروما حيث انه كل رجل في الاشهار يرقص على انغام الغرب، كما ان مظهره يبعث بالعصرنة و لا يوحي بالرجل الجزائري الصلب، الذي لا يحاول اثاره الانتباه فالرجل اليوم يلعب دور مهم فأصبح العنصر الجمالي الملفت، و جاذبيته اكثر من المرأة فقد تم تجسيد ثقافة جمالية عالية لصورة الرجل الجزائري فركز المخرج على الوجه و الابتسامة، و المرح التي ترمي للسعادة كما

يجدر بالذكر المظهر العملي، كذلك توظيف شخصية الرجل يعني ان جل الإشهارات موجهة للجمهور الرجالي فقد كان وسيلة فنية و اداة جذب فقط. و هذا بعيد عن واقع الرجل الجزائري و لا هوية للمجتمع الجزائري في الإشهارات محل الدراسة.

احتلت المرأة هرم الترتيب الاشخاص الفاعلين بجانب الرجل، لأنها تعتبر عنصر يتوفر فيه الجاذبية وتوظفت كعنصر مكمل تفرضه الطبيعة البشرية، وكما ركزت الإشهارات على طبيعة الشخصية التي يقدمها الرجل وتدعم من جهة اخرى الاستمالات التي تكون بدمج الاثنين في مشهد واحد كالاستمالات العاطفية ولترويج شكل العلاقة بين الجنسين في المجتمعات الغربية وغرسها في المجتمع الجزائري.

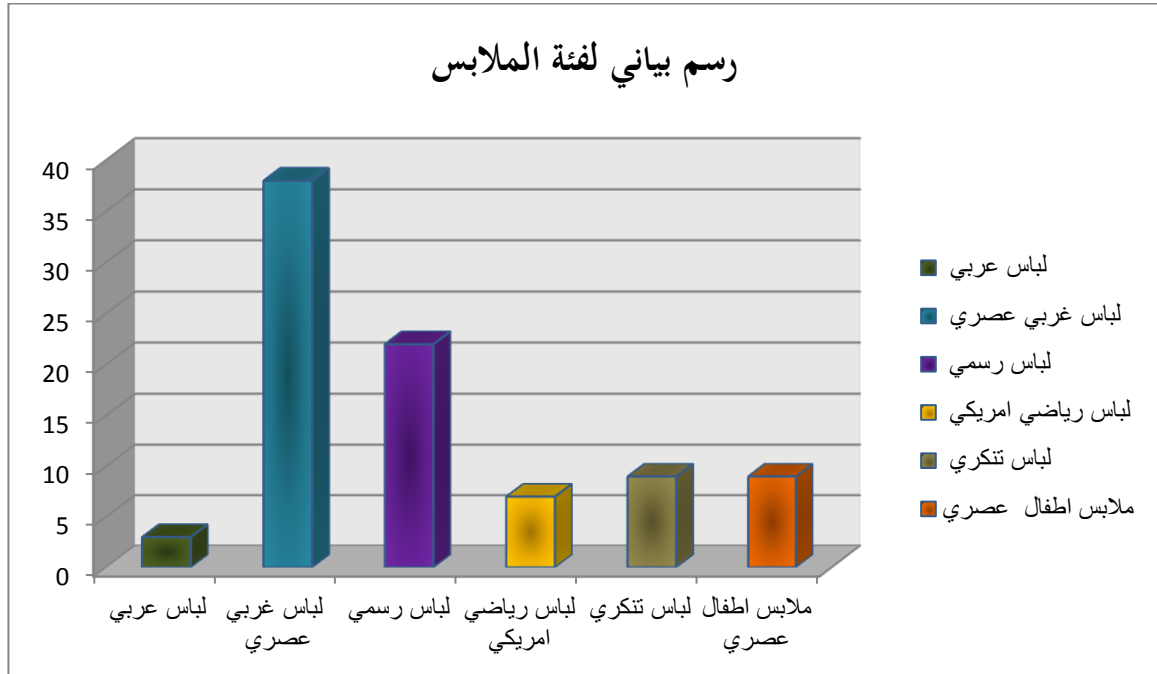
من المعروف ان سلوك التقليد لدى الطفل يكون بالمحاكات للشخصية، و هنا استغلال هذه الفئة لبعث رسائل عولمة لهذه الشريحة دون غيرها من الفئات العمرية لان الاقتداء عند الاطفال و محاكات الافعال يكون بداية بالانجذاب للأطفال الذين دمجوا في هذه المواد الاشهارية، لديهم عنصر الجمال حاضر بقوة في اشهار قهوة اوسكار اطفال بشرتهم بيضاء و شعرهم اصفر كأطفال الغرب، بالإضافة لملابسهم العصرية التي قد يرغب بها أي طفل في خضم طرح كل هذا الفعل الذي تقوم به الفتاة من امساك الهاتف النقال، و عدم تفاعلها مع الاهل و شجارها مع الاخ الاكبر من اجل الهاتف، يحفز الاطفال على فعل سلوك مماثل في الواقع و الاغتراب بالهواتف عن الحياة الواقعية و العائلة الممتدة الممثلة للمجتمع الجزائري غائبة تماما، وانشار العائلة النووية التي تعتبر مظهر من مظاهر الاغتراب الثقافي .

#### الجدول رقم(04): يمثل فئة نوع الملابس المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	فئة نوع الملابس المستخدمة	
03,40%	3	لباس عربي	01
43,18%	38	لباس غربي عصري	02
25,00%	22	لباس رسمي	03
07,95%	7	لباس رياضي امريكي	04

05	لباس تنكري	9	10,22%
06	ملابس اطفال عصرية	9	10,22%
المجموع		88	100%

الشكل رقم(05): رسم بياني يمثل فئة نوع الملابس المستخدمة



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل:

من خلال النتائج نلاحظ اللباس الغربي العصري تصدر التكرارات بـ 38 شخص يرتدون اللباس العصري الغربي الموحد مع باقي الثقافات بنسبة 43,18%، فيما تليه الملابس الرسمية و هي الاخرى غربية بنسبة 25 %، وتاتي في المرتبة الرابعة ملابس اطفال عصري وملابس تنكزية بنسبة 10,22%، ثم تاتي الملابس الرياضية الامريكية بنسبة 7,95%، و اللباس العربي يأتي في آخر السلسلة بتكرار 3 أشخاص يلبسونه بنسبة 3,40%.

نلاحظ من خلال النتائج السابقة ان اللباس الغربي يطغى على الاشهار الجزائري، فاللباس لم يبقى مجرد قماش يغطي الجسم البشري فهو يحمل دلالات و ابعاد فكرية و ايدولوجية، و يعبر عن ثقافة اصحابه و النتيجة تبين ان هناك رغبة في الوصول لتوحيد اللباس عالميا، و هو اللباس السريع العصري الذي يساعد في العمل و الدراسة

والمنزلة و السهولة في هذا النمط من اللباس، ما ساهم في الوصول للعالمية، نتكلم هنا عن الجينز و التيشيرت و القمصان بنسبة للجنسين الاناث و الذكور لكن النساء أكثر عينة تلبس اللباس العصري .

جاء اللباس الغربي العصري في كل الومضات على انه لباس النساء العصريات، الجميلات و العاملات المستقلة بنفسها و التي تقطن في منازل عصرية، كل هذا في اشهار موجه لمجتمع عربي جزائري، في حين استوقفتنا ذاكرتنا لتذكرك اشهار امريكي لحلويات الدونت الأمريكية، ظهرت المديعة راتشيل راي لكوفية عربية غطاء رأس، ما اعتبره الشعب المريكي اهانة لهم، لأنها ترمز لأحداث 11 سبتمبر الارهابية بالنسبة لهم هذا احدث ضجة كبيرة آن ذاك في الحين الذي نحن مفرض علينا نمط لبسهم و في المقابل تضع صورة نمطية سيئة للعرب و لباسهم.

و اللباس كان عصري و جل النسوة عاريات اليدين، بغض النظر على سنهم كما في اشهار بريلاكس واروما و هذا ما يتنافى مع الدين و مجتمعنا المحافظ، و الرجال طغى على لبسهم اللباس الرسمي الجذاب الذي يوحى بالعملية و الثراء و الرفاهية، هذه الصورة النمطية يتطلع لها الفرد الجزائري، وترد بالذكر عقدة ولع المغلوب بالغالب كما يقول ابن خلدون فالإقتداء بالغالب في كل ما يخص ينبع من الضعف و اتباع الأغلبة الخاضعة للغالب و الخوف من التفرد. و اللباس العصري لطفل حاضر و لايتماشى مع قيم المجتمع الجزائري، خاصة بالنسبة للاناث حيث يظهر في اشهار لايف طفلة بلباس قصير جدا، ما يعبر عن الثقافة الغربية الحاضرة، و التي تصبح قدوة لباقي الفتيات الصغيرات، مما يؤدي الى تقليدها و اذا ما تم تلبسهن ملابس محتشمة يفقدن الثقة في انفسهن فالتركيز على المظهر واضح، ما يفسد المجتمع فأمل الأمة هم صغارها و مع نمو الاطفال بفكر غربي تندثر الحضارات و هو ما نشهده اليوم و الذي يذهب نحو الواقع الاسوء من خلال النمط المتكرر في الاشهارات

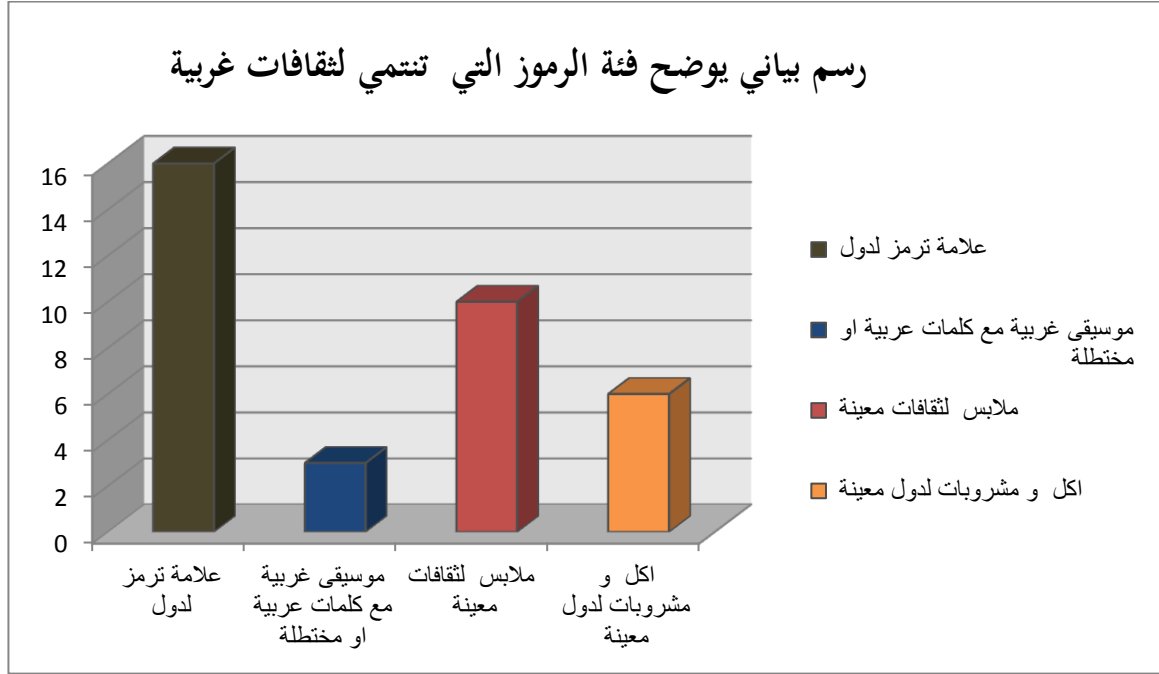
اللباس العربي في آخر القائمة دلالة على اهماله و حصروه في 3 نساء يرتدون " قندورة" دلالة على انهم ربات بيوت و مركزهم على الشرفات المنزلية في الحارات الشعبية وهذا اللباس لا يرتقي للخروج به و كذلك هذا الاهمال يوحى لنا بالاندثار القريب للباس المحلي.

#### الجدول رقم(05): يمثل فئة الرموز التي تنتمي لثقافات غربية

النسبة المئوية	التكرار	فئة رموز تمثل الانتماء لثقافة الغريبة
45,71%	61	01 علامة ترمز لدول غربية
08,57%	3	02 موسيقى غربية مع كلمات عربية او مختلطة

03	ملابس لثقافات معينة	10	28,57%
04	أكل ومشروبات لدول معينة	6	17,14%
المجموع		35	100%

الشكل رقم(06): رسم بياني يمثل فئة الرموز التي تنتمي لثقافات غربية



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل :

من خلال جدول أعلاه نلاحظ العلامات التي ترمز للدول الغربية اخذت اعلى نسبة % 45,71، ثم تليها ملابس لثقافات غربية جاءت بنسبة % 28 57، وفي الأخير اتت موسيقى غربية مع كلمات عربية أو مختلطة بنسبة % 8 57.

من العلامات التي ترمز لدول غربية نلاحظ في اشهار لايف الجديد يوجد مع بدايته براميل خشبية التي كانت تخزن فيه الدول الغربية الخمر ليتخمر وهذا رمز خطير، ظاهر في الإشهار يمس بالدين الاسلامي و تشبه واضح وجلي بالمجتمعات الغربية الغير المسلمة، التي تشرب الخمر و هو من المحرمات قال الله تعالى: " يا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ" سورة المائدة الآية 90 فمن الواجب على المجتمع الجزائري ان يبتعد عن الامور التي تقوده الى التشبه بالدول الغربية، والتي

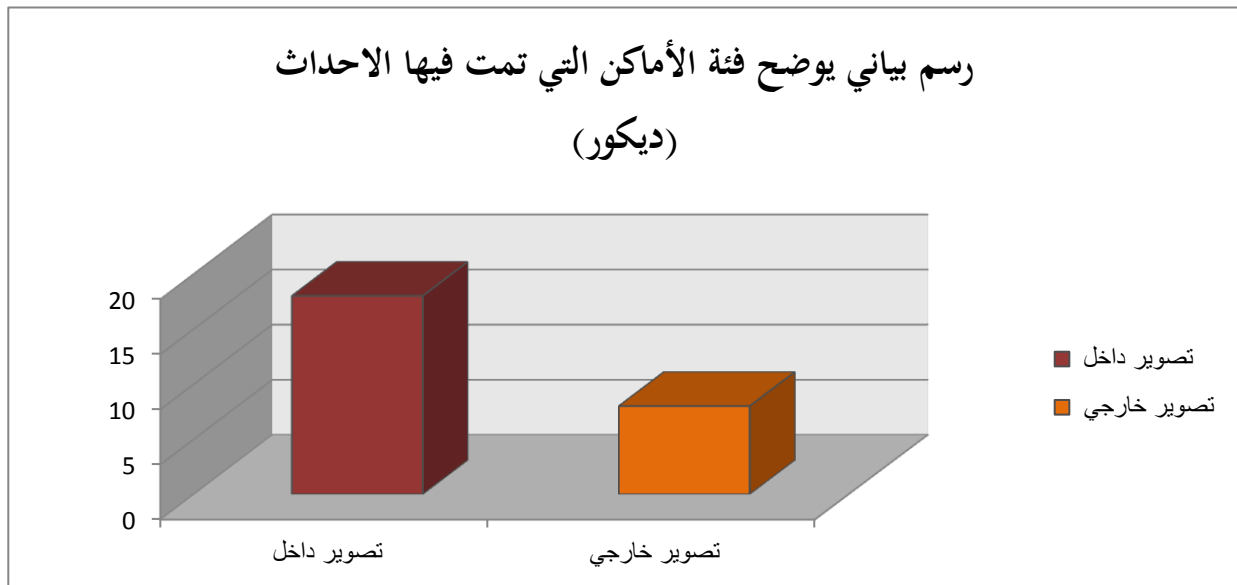


تمس بالدين وان يحافظ على هويته الثقافية. اما بالنسبة للملابس التي تدل على ثقافات غربية في هذه النقطة نركز على ملابس مروض الثور التي تظهر مع بداية اشهار قهوة اروما إلى نحايتها، وهذا المظهر يعود الى دولة اسبانيا و يعتبر من رمز الشخصية الاسبانية وهذه الثقافة غربية وبعيدة جد البعد عن ثقافة الملابس التقليدية الجزائرية التي لم يكن لها ظهور في إشهارات محل الدراسة، وفي نقطة الأكل والمشروبات يظهر في اشهار حليب اروما على طاولة فطور الصباح (الكريب) التي هي من الحلويات الشهيرة الفرنسية، كذلك يوجد على الطاولة (التوست) وهو عبارة عن خبز محمص ويرجع هذا الى المطبخ الفرنسي، اما بالنسبة لرقائق الذرة اخذت من ثقافة المطبخ الامريكى مما نستنتج طغيان ثقافة الأكل الغربي على طاولة الاكل الجزائرية، وفيما يخص الصراع اللغوي الواضح في اغاني الاشهار و كل هذا ينطوي تحت التركيز على خلق النموذج مثالي على الحياة العصري.

الجدول رقم(06): يمثل فئة الأماكن التي تمت فيها الاحداث (الديكور)

النسبة المئوية	التكرار	الأماكن التي تمت فيها الأحداث
69,23%	18	01 تصوير داخلي (منزل -متجر-مسرح)
30,76%	8	02 تصوير خارجي (شارع -الطريق)
100%	26	المجموع

الشكل رقم(07): رسم بياني يمثل فئة الأماكن التي تمت فيها الاحداث (الديكور)



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

## التحليل:

من خلال الجدول نلاحظ ان المخرج فضل التصوير الداخلي في الإشهارات بتكرار 18 بنسبة

69,23

% في المقابل نلاحظ قلة التصوير الخارجي بتكرار 8 بنسبة 100%.

يتبين من خلال النتائج التركيز على التصوير الداخلي خاصة وهذا ما هو موضح في إشهار ( أمير كلين المنظف متعدد الاسطح لبريلاكس وإشهار لايف الجديد) حيث ظهر ديكور المطبخ والصالون وغرف النوم بطابع غربي، يخلو تماما من الطابع الجزائري كذلك نلاحظ وجود صالات غسيل الملابس الجماعية، وهذه ثقافة مستوحا من الدول الأوروبية و في إشهار بانكسي كانت اللقطات المصورة فيه في مكان العمل، المبني بأسلوب و تصميم غربي حيث كانت المكاتب فيه منفتحة على بعضها البعض، وهذه تعتبر اشارة واضحة لترويج لثقافة التصميمات الغربية وطمس التصميم العمراني الجزائري الأصيل.

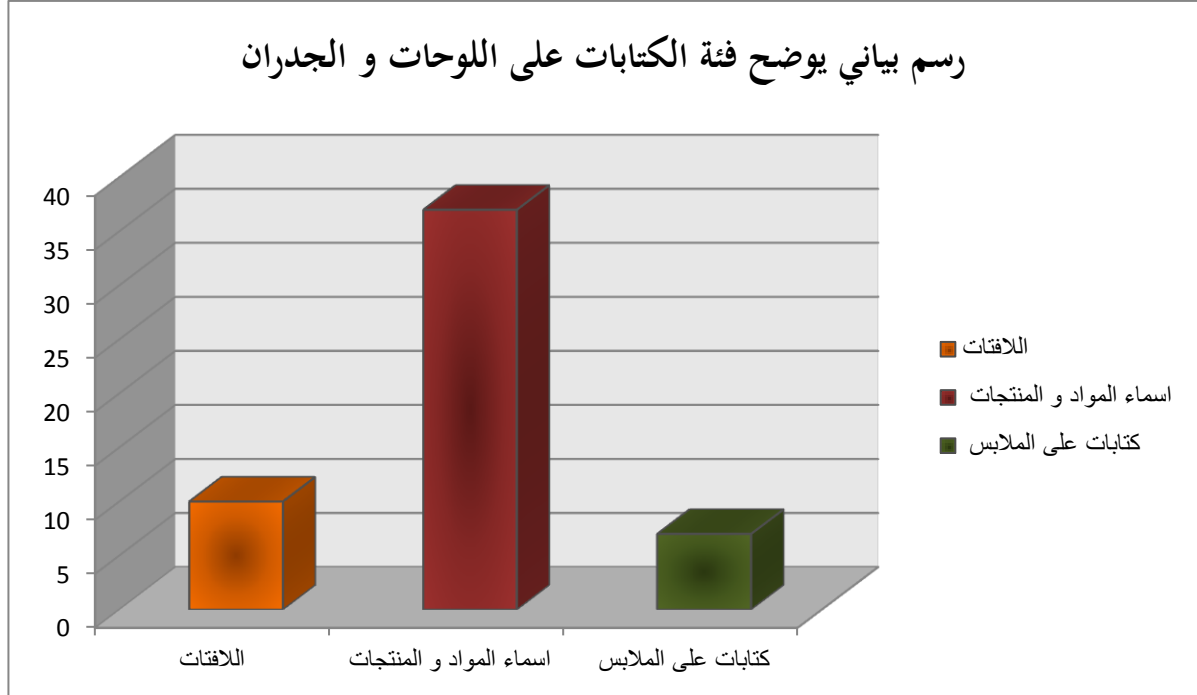
أما بالنسبة لتصوير الخارجي فتم استغلاله لزيادة العناصر الجمالية في الإشهارات بتصوير العمارات اليونانية الخالية من السياجات مثلما ظهر في اشهار اروما قهوة، وتصوير الحياة اليومية للفرد في اثناء ذهابه للعمل بملابس فخمة وسيارات رياضية هذا ما يطمح له الشاب الجزائري، وكما ان الاضاءة في التصوير الخارجي تظفي جمال أكثر لتصوير خاصة خلال الساعة الذهبية (قبل غروب الشمس، وبعد شروق الشمس)، ما يضيفي جماليات أكثر للصورة وكما هو معروف الصورة تعتبر لغة في الاقناع والتبني.

الجدول رقم(07): يمثل فئة الكتابات على اللوحات والجدران

النسبة المئوية	التكرار	فئات الكتابات على اللوحات والجدران
18,51%	10	اللافتات
68,51%	37	اسماء المواد والمنتجات
12,96%	7	كتابات على الملابس

المجموع	54	%100
---------	----	------

الشكل رقم(08): رسم بياني يمثل فئة الكتابات على اللوحات والجدران



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل :

من خلال النتائج نلاحظ اسماء المواد و المنتجات بتكرار 37 بنسبة 68,51% و اللفتات بتكرار 10 بنسبة 18,51%، الكتابات على الملابس بتكرار 7 بنسبة 12,96%.

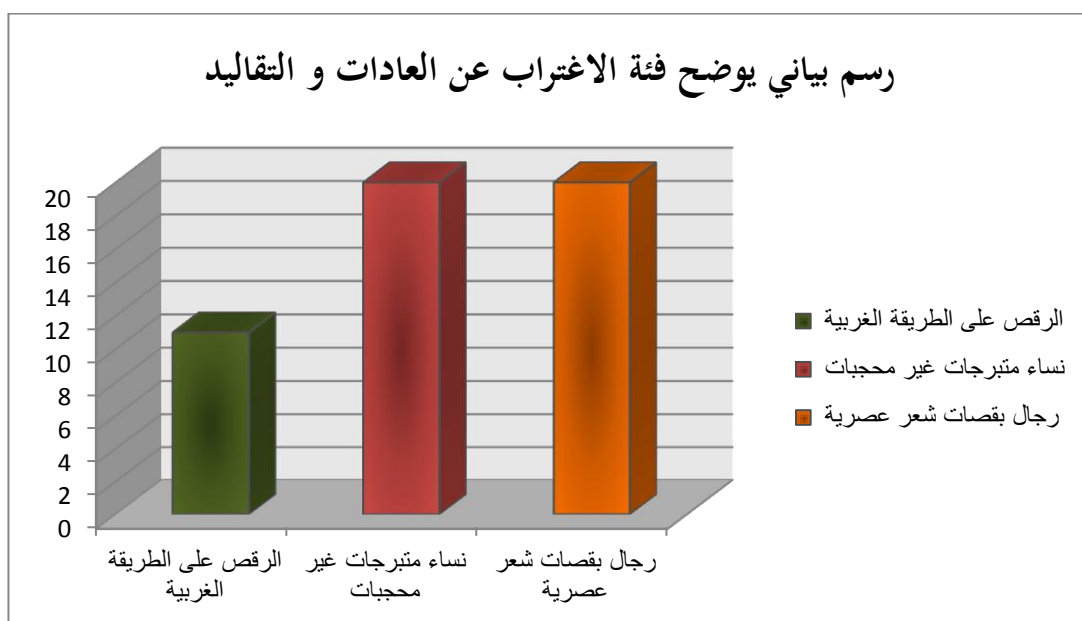
ظهرت اسماء المواد ومنتجات الاشهارية باللغة الفرنسية والانجليزية، في اشهار حليب وقهوة اروما هذه الكلمة الاخيرة تعني النكهة، و الشركة الجزائرية اطلقت عليها اسم "القوفود" كذلك في قهوة اوسكار اخذت الفكرة من جوائز الاوسكار، التي تمنح سنويا للجدارة الفنية والتقنية في مجال صناعة السينما، في الولايات المتحدة الامريكية وكلمة اوسكار في الاشهار تعني تميز وريادة المنتج، وفي إشهار أمير كلين "clean" كلمة انجليزية تعني نظيف "life" تعني الحياة، ونستنتج أن الاشهارات الجزائرية لا تخلو من كلمات اجنبية ولغات دخيلة عن لغتنا الام لغة القرآن الكريم، اما بالنسبة لللافتات الموجودة في الاشهارات فكانت ايضا باللغة الفرنسية والانجليزية، ويتجلى ذلك في اشهار لايف الجديد فلافتات الخضر مكتوبة باللغة الفرنسية، وهذا بسبب ما خلفه الاستعمار الفرنسي الذي

كان يسعى لطمس اللغة العربية، لانها الركيزة الاساسية لمكونات الهوية الثقافية وتعميم لغة المستعمر حيث دافع عن اللغة العربية الشيخ العلامة عبد الحميد بن باديس رحمه الله وقال في قصيدة شعب الجزائر المسلم : شَعْبُ الجزائرِ مُسْلِمٌ وَإِلَى العُروبةِ يَنْتَسِبُ، وهنا يعلي من شأن اللغة العربية التي هي فوق جميع لغات العالم لانها لغة القران الكريم اما في ما يخص الكتابات على الملابس نلاحظ في اشهار قهوة اوسكار يظهر فتى بقميص مكتوب فيه نيويورك وهذا امر واضح لتشجيع وغرس فكرة الهجرة إلى الدول الغربية والاعتراب في فكر الشباب الجزائري.

الجدول رقم(08): يمثل فئة الاغتراب عن العادات و التقاليد

النسبة المئوية	التكرار	فئة الاغتراب عن العادات و التقاليد
21,56%	11	01 الرقص على الطريقة الغربية
39,21%	20	02 نساء متبرجات غير محجبات
39,21%	20	03 رجال بقصات شعر عصرية
100%	51	المجموع

الشكل رقم(09): رسم بياني يمثل فئة الاغتراب عن العادات و التقاليد



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

## التحليل:

من خلال نتائج الجدول أعلاه جاءت النساء المتبرجات غير محجبات بتكرار 20 بنسبة 39,21% و الرجال بقصات شعر عصرية بتكرار 20 بنسبة 39,21% و الرقص على الطريقة الغربية بتكرار 11 بنسبة 21,56%.

من خلال النتائج نلاحظ ان النساء المتبرجات و الرجال بقصات غريبة جاءوا بنفس التكرار و ما نشهده اليوم من ظاهرة الشباب بالقزع و ما يشابهه من القصات راجع لتأثيرات وسائل الاعلام بإقتداء الشباب بالمشاهير و هذا الطرح جاء ليرز الواقع في الشارع الجزائري، ورد حديث النبي في كتاب فتح الباري لشرح البخاري عن ابن عمر قال: "نهي رسول الله (صل الله عليه وسلم) عن القزع"، صحيح البخاري.

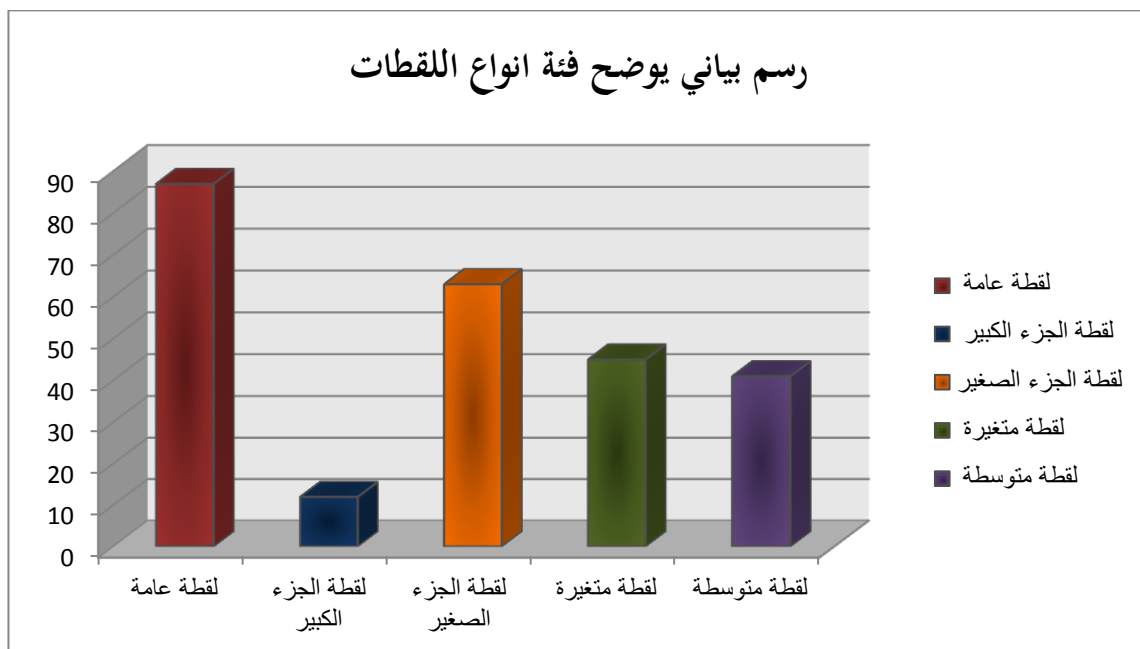
و تأتي لتنفصل في صورة المرأة التي ظهرت في الاشهارات، على انها متبرجة و بدون حجاب يسترها وهذا يدخل في تسليع المرأة من جهة و ترويج لثقافة التحرر للمرأة، و حريتها في عدم ارتدائها للحجاب حيث تبني هذا السلوك يأتي من رؤية الفتاة لفتيات أخريات على التلفاز لا يرتدين حجاب، و يكبرن على مثل هذه المظاهر التي تفسد المجتمع نتيجة هذا وقال صلى الله عليه وسلم في الحديث الصحيح: "ما تركت بعدي فتنة أضر على الرجال من النساء" أخرجه البخاري و هنا يقصد به ان المرأة تمر على الرجل متبرجة متعطرة كما يحدث في هذا العصر وهذا ما يمثل الاغتراب الثقافي.

## الجدول رقم(09): يمثل فئة الوسائل التقنية (انواع اللقطات)

النسبة المئوية	التكرار	فئة الوسائل التقنية (انواع اللقطات)
35,08%	87	لقطة عامة
04,83%	12	لقطة الجزء الكبير
25,40%	63	لقطة الجزء الصغير

04	لقطة متغيرة	45	18,14%
05	لقطة متوسطة	41	16,53%
المجموع		248	100%

الشكل رقم(10): رسم بياني يمثل فئة الوسائل التقنية (انواع اللقطات)



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل :

من خلال النتائج المتوصل لها نلاحظ اللقطات العامة تتصدر انواع اللقطات المستخدمة في الإشارات الجزائرية بتعداد 87 لقطة بنسبة 35,08%، فيما تأتي لقطة الجزء الصغير ثاني الهرم بتكرار 63 لقطة بنسبة 25,40%، المرتبة الثالثة للقطة المتغيرة بتكرار 45 لقطة بنسبة 18,14%، و اللقطة المتوسطة بتكرار 41 بنسبة 16,53%، فيما تحتل لقطة الجزء الكبير المرتبة الاخيرة بتكرار 12 بنسبة 4,83%.

من خلال النتائج نلاحظ استخدام المخرج للقطات العامة بكثرة، و هي اللقطة التي تشمل كل العناصر المرئية بين الديكور، الاشخاص و الجو العام، و ما نلاحظه من خلال الاشارات كثرة هذه اللقطة التي تظهر لنا

في الاشهار "بريلاكس" اللقطة الافتتاحية الى غاية اللقطة الاخيرة كلها لقطات عامة، تظهر لنا فيها المرأة والعجوز و الجو العام للمطبخ بتجهيزاته العصرية، تعطي انطباع بالإتساع و المسافة و العمق للمحتوى المرئي

و تمنح الفرد مساحة لتخيل الجو العام الفعلي و البطيء كان مصاحب للقطات العامة كإشهار "بنكسي" هنا كان البطيء في اللقطة العامة لكي يعطي الفرصة لتصوير الممثلين يتحدثون، مصحوبة بترك الذي هو يقود العين المشاهدة للاشهار للمتابعة بتناسق و بسرعة تدريجية، تمنح المشاهد المجال لتخيل تطور الأحداث و التركيز على الشخصية هنا على المظهر بصفة عامة و ديكور المكتب الراقي "العمل الحلم لشباب"، في خضم الحديث يسمح هذا النوع من اللقطات من الاسترسال في الحديث و اسلوب الاقناع.

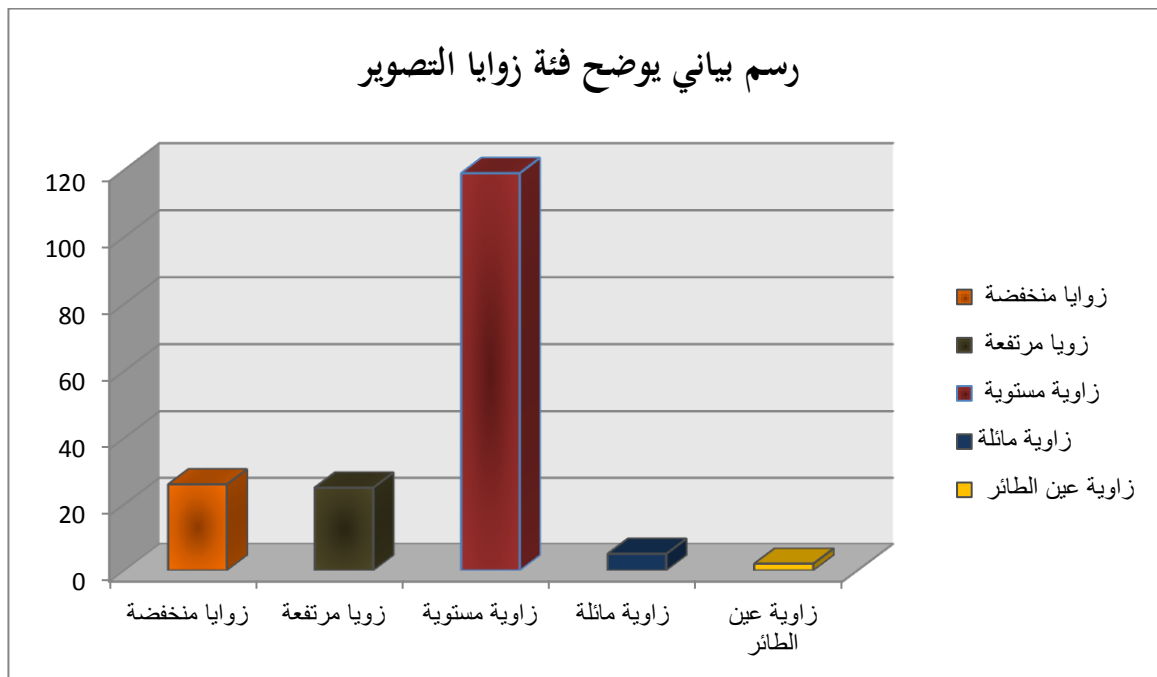
جاءت اللقطة الجزء الصغير في جدول التقطيع التقني للمخرجين للاشهارات، و ذلك لتميز دلالاتها للفت النظر و توضيح التفاصيل الملابس و رصد تعابير الوجه، خاصة في الاستمالات العاطفية لتوضيح الفرح او عناصر الجاذبية بالإضافة لتفاصيل الملابس او المكياج، و يلفت انتباهنا هنا ان نص عدد اللقطات هنا تخص فتيات والشبان على درجة من الجمال و التفاصيل هنا (اللحية - مكياج - اظافر اصطناعية...).

و يقول المصور مارتن بار في الموضوع "نحن نغرق في الصور" يستخدم التصوير الفوتوغرافي كأداة دعاية لبيع المنتجات والأفكار أستخدم نفس النهج لإظهار جوانب الواقع.

#### الجدول رقم(10): يمثل فئة زوايا التصوير

النسبة المئوية	التكرار	فئة زوايا التصوير
14,68%	26	01 زوايا منخفضة
14,12%	25	02 زاوية مرتفعة
67,23%	119	03 زاوية مستوية
02,82%	5	04 زاوية مائلة
01,12%	2	05 زاوية عين طائر
100%	177	المجموع

الشكل رقم(11): رسم بياني يمثل فئة زوايا التصوير



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل :

من خلال النتائج نلاحظ زوايا المستوية بتكرار 119 بنسبة 67,23% و الزوايا المنخفضة 26 بنسبة 14,68% والزوايا المرتفعة 25 بتكرار 14,12%، زوايا مائلة بتكرار 5 بنسبة 2,82%، زوايا عين الطائر بتكرار 2 بنسبة 1,12%.



من خلال النتائج نلاحظ ان المخرج استخدم الزوايا المستوية بكثافة في مجمل الاشهارات، حيث ان موضوعات الصورة المتمثلة في الاشخاص متكافئة مع المشاهد و الديكورات، و ذلك لخلق المساوات بينهما في حين ان لها دلالات واقعية حيث تقدم زاوية طبيعية للأحداث كما تراه العين البشرية، تطغى هذه الأخيرة لكي يشعر المتلقي ان ما يحدث امام عينه هو واقع و امور حياتية يمكن الاقتداء بها مهما ما يحدث داخل الكادر من اغتراب ثقافي و العوامة في الامور الحياتية.

الزوايا المنخفضة تضيف القيمة لما تم تصويره و جل الموضوع من هذه الزاوية كانت المرأة، لإبراز القيمة الجمالية و الجسدية او بما يسمى اسطورية المرأة من خلال وصفها بالكمال، و ذلك الإستغلال للنساء الجميلات او العارضات يخلق لدى المتلقي الرغبة في الوصول للكمال، و هو في واقع الحال تعديلات على مستوى الفوتوشوب و ازالة العيوب و اضافة فلاتر وهذا ما يخلق صور غير واقعية، في خضم ذلك تصوير الجسد والجمال، على انه ذو قيمة متناسين مع الجانب النفسي و الشخصية يضع المرأة ضمن ثقافة تسليعها.

جاءت اسفل الترتيب زاوية عين الطائر و هي موضع الكاميرا عموديا من الاعلى مباشرة نحو الاسفل وهي احدى الزوايا التي تحمل معنى السيطرة و الخضوع و العجز، التي برزت في اشهار قهوة اروما المشهد يصور ضغط السير على الفرد و الشجار في ازمة مرور حادة و الكل خاضع لضغط كبير و عاجزين عن الخروج من الازمة و عدم احترامهم للقانون المرور و هذا يعبر عن نمط الحياة السريع، الكل يبدأ يومه في وقت العمل الثمانية صباحا و الكل يتسابق نحو الوصول اولاً.

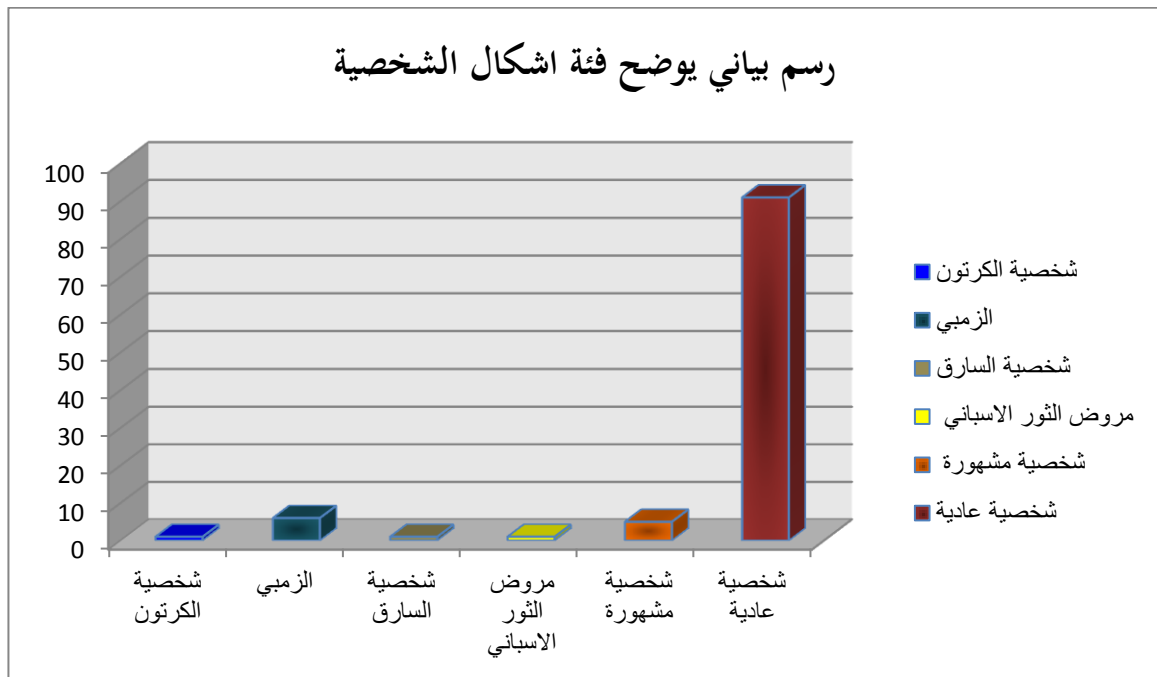
#### فئات الانتاج والاخراج الفني :

#### الجدول رقم(11): يمثل فئة اشكال الشخصية

النسبة المئوية	التكرار	فئة اشكال الشخصية	
0,95%	1	شخصية الكرتون	01
05,71%	6	الزومبي	02
0,95%	1	الساوق	03
0,95%	1	مروض الثور الاسباني	04
04,76%	5	شخصية مشهورة	05

06	اشخاص عادية	91	%86,66
	المجموع	105	%100

الشكل رقم(12): رسم بياني يمثل فئة اشكال الشخصية



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل:

من خلال النتائج نلاحظ الشخصية العادية تم استخدام هذا النوع من الشخصيات بكثرة بتكرار 91 شخصية بنسبة %86,66، الزمبي بتكرار 6 بنسبة %5,71، و شخصية مشهورة بتكرار 5 بنسبة % 4,76 وفي الأخير شخصية مروض الثور الاسباني و السارق وشخصية الكرتون اخذوا نفس التكرار 1 بنفس النسبة %0,95.

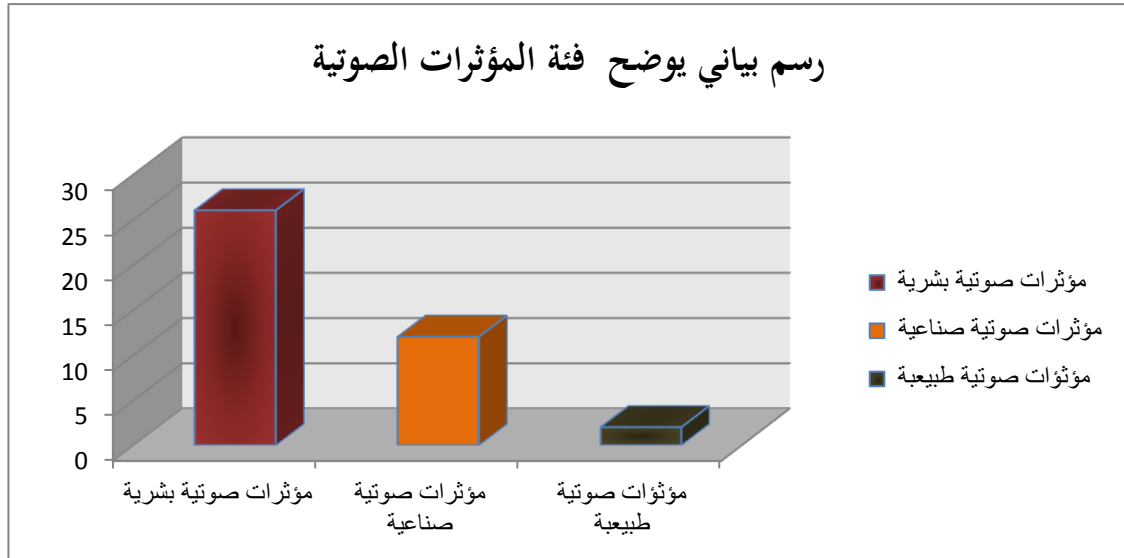
من خلال النتائج نلاحظ الشخصية العادية و التي يقوم بدوها ممثلين و عارضين ازياء غير مؤلوفين وجوههم على الشاشة الصغير او الكبيرة و ليس لديهم تأثير على مواقع التواصل الاجتماعي، و هذا بسبب تشابهم مع الشخصيات في الواقع و هذا ما يسمح للجمهور التفاعل بسرعة مع رسائلهم بحيث يتصور هذا الأخير نفسه في اماكنهم ، و لا يجد الشخص صعوبة تقبل ما يصدر من شخص يماثله في الشكل في حين تم توظيف الزومبي محاكات للسينما الامريكية و هذا التوظيف عامل في جلب مستهوين الثقافات الغربية التي تحمل معاني باطنية كثيرة اولها من تعريف الزومبي كوصف لشخص منوم مجرد من الوعي الذاتي و كذلك تعريفها وفقا لتعاليم الفودو شخص ميت يحيا من طرف الساحر و هذا ما يتنافى مع الدين الاسلامي لقوله تعالى: ( هُوَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ ) سورة غافر الاية 68 و تأتي الآية الكريمة بمعنى ان الله عزوجل هو الذي يحيي من يشاء بعد موته و يميت من يشاء بعد حياته.

الشخصيات المشهور يتم الاستعانة بهم لأن الافراد يثقون في تقييم هؤلاء للمنتجات في حين ان الجمهور يتبنى سلوكياتهم الامر النابع من محبتهم لهذه الشخصيات بغض النظر عن التصرف كما جاء في اشهار بانكسي الممثل الجزائري طارق بو عرعارة و سلمى غزالي و اسماء محجان في اشهار لايف و محمد الماحي ظهر في اشهار قهوة اروما.

#### الجدول رقم(12): يمثل فئة المؤثرات الصوتية

النسبة المئوية	التكرار	فئة المؤثرات الصوتية	
65%	26	مؤثرات صوتية بشرية	01
30%	12	مؤثرات صوتية صناعية (طرق الابواب، الآلات)	02
05%	2	مؤثرات صوتية طبيعية	03
100%	40	المجموع	

#### الشكل رقم(13): رسم بياني يمثل فئة المؤثرات الصوتية



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل:

من خلال النتائج نلاحظ ان المؤثرات الصوتية البشرية اتت بتكرار 26 بنسبة 65%، مؤثرات صوتية صناعية بتكرار 12 بنسبة 30%، وفي المرتبة الأخيرة مؤثرات اصوات الطبيعة بتكرار 2 بنسبة 5%.

و من خلال النتائج نلاحظ تصدر المؤثرات الصوتية البشرية الدعائم الصوتية المستخدمة و هذا النوع الاكثر اهمية حيث يدمج الاصوات البشرية للمواد الاعلامية و يضيفي الواقعية للإشهارات كالتصفيق و فرقة الاصابع مثلا و في اشهار اوساكار مثلا الطفل بيكي و المؤثر الصوتي اضفى واقعية للمشهد تماشى مع السمع والبصر لإكتمال اللوحة داخل الكادر الذي ساهم بشكل كبير في إضفاء لمسة للاشهار، فيما تم استخدام المؤثرات الصناعية من رنين الهاتف و صوت الكتابة على لوحات الكمبيوتر و هذا ما يحتاجه الاشهار بمعاله العصرية السريعة و لا يقتصر دور المؤثرات الصوتية الصناعية من زيادة قيمة الصورة فبعض المقاطع استخدم فيها رنين الهاتف دون رؤيته لكن يعطي الاحساس بوجوده، زاد هذا النوع من المؤثرات في تفسير المشهد و عملية الاقناع بواقعية المشهد داخل الكادر في الاشهارات.

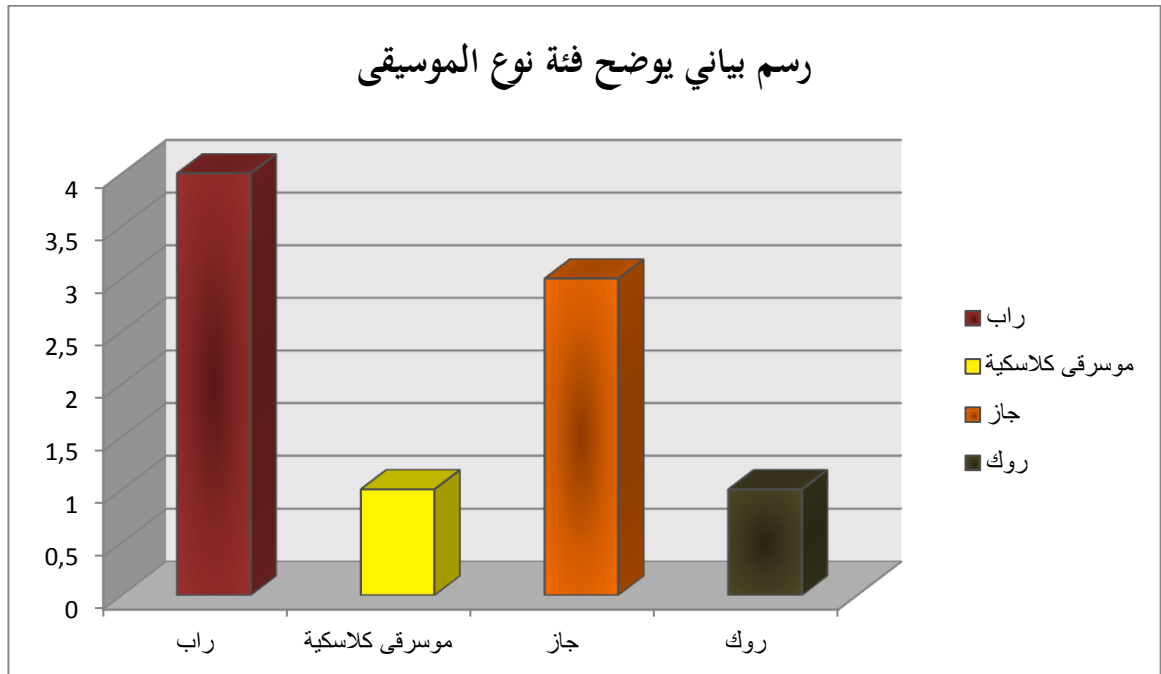
المؤثرات الطبيعية تم الابتعاد عنها لكي لا تؤثر على صورة الحياة العصرية التي لا تنال فيها الطبيعة قسطا لا في وسط الأحياء و لا من اجل الترفيه .

الجدول رقم(13): يمثل فئة نوع الموسيقى

النسبة المئوية	التكرار	فئة نوع الموسيقى

01	راب	4	%44,44
02	موسيقى كلاسيكية	1	%11,11
03	جاز	3	%33,33
04	روك	1	%11,11
	المجموع	9	%100

الشكل رقم(14): رسم بياني يمثل فئة نوع الموسيقى



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل:

نلاحظ استخدام موسيقى الراب بتكرار 4 مرات بنسبة 44,44%، و موسيقى الجاز بتكرار 3 بنسبة 33,33%، و في الاخير موسيقى الروك و الموسيقى الكلاسيكية بتكرار 1 بنفس النسبة 11,11%.

موسيقى الراب تطغو على الاشهارات فتصبح قطع موسيقية لا تؤدي أي رسالة تعليمية بحيث لا تفيد الافراد و لا تؤسس للحضارات بل هي موسيقى لكل ارث و تعتبر من الموسيقى الدخيلة و الكلمات فيها وكل الاصوات خالية من المعاني و القيمة. و الصورة النمطية المصاحبة لهذا النوع هي أمريكا التي طورت منها حيث اصبح الراب غناء الشوارع و هذا النوع لا يخضع للوزن و القافية و لا يتقيد بقواعد اللغة فيصبح خلط هجين و قد يصل الى اختراع كلمات تدخل على الجيل الجديد و الحالي .

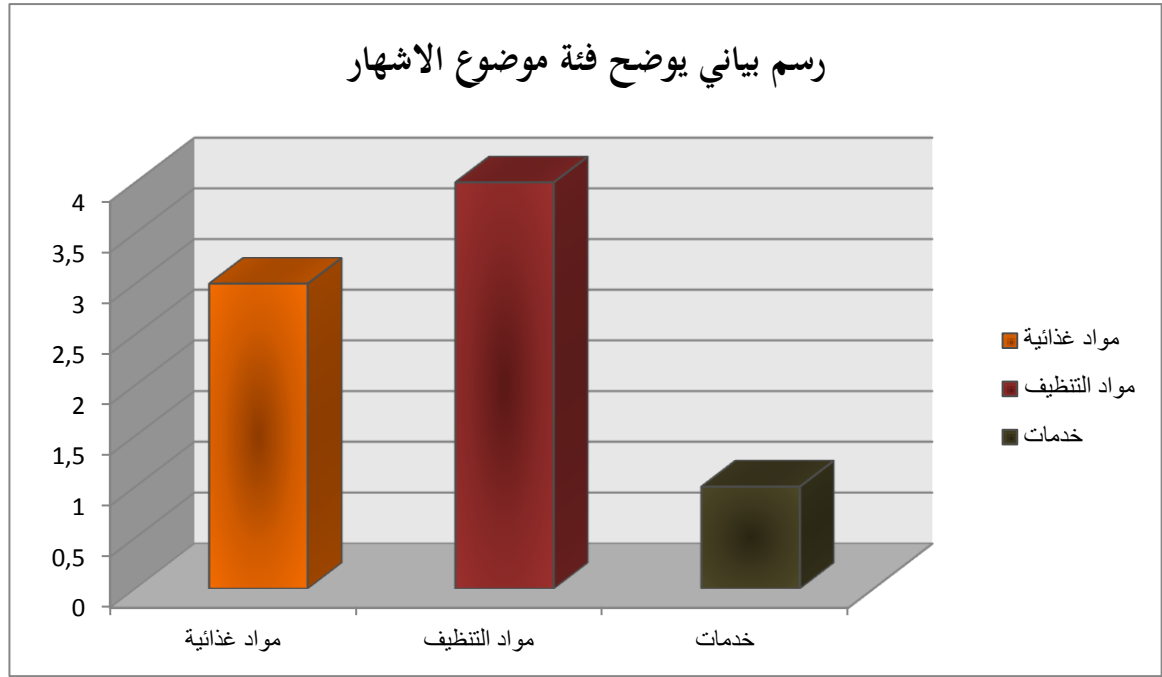
موسيقى الجاز الامريكية تركزت في الاشهارات الجزائرية و مع صنع جو لها و حركات رقص تتماشى معها و لغة التي تتماشى معها، و كل ما ينتج هو موسيقى دخيلة و كما يقال الموسيقى تسافر بالفرد بين التاريخ و بين القارات و هذا ما يسعى له اصحاب الرسالة و هو دمج الجانب الفوتوغرافي لصورة النموذج الغربي المثالي مع موسيقى تتماشى مع موضوع الطرح أي تعزز الترابط مع الصورة . و نساء بلباس قصات غريبة و رجال في اناقة تامة لا يتجاوب مع موسيقى تراثية هنا الموسيقى مكملة للمشهد.

فئات المضمون:

الجدول رقم (14): يمثل فئة موضوع الإشهارات

فئة موضوع الإشهار	التكرار	النسبة المئوية
01 مواد غذائية	3	37,50%
02 مواد تنظيف	4	50,00%
03 خدمات	1	12,5%
المجموع	8	100%

الشكل رقم (15): رسم بياني يمثل فئة موضوع الإشهارات



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل :

نلاحظ مواد التنظيف تأتي في اعلى قائمة المنتجات التي اخترناها بتكرار 4 اشهارات بنسبة 50% والمواد الغذائية في المرتبة الثانية بتكرار 3 اشهارات بنسبة 37% و الخدمات بتكرار 1 بنسبة 12,5%.

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان مواد التنظيف تحتل المرتبة الأولى من حيث التكرارات و ذلك راجع لتركيزنا على مظاهر الاغتراب الثقافي و التي ظهرت في هذه العينة بشكل كبير لإستغلال المرأة في هذه النوعية من الاشهارات كمادة اقتداء بالاشهارات الغربية فقط و لاستغلال مشاعر المشاهد من الجنس الآخر.

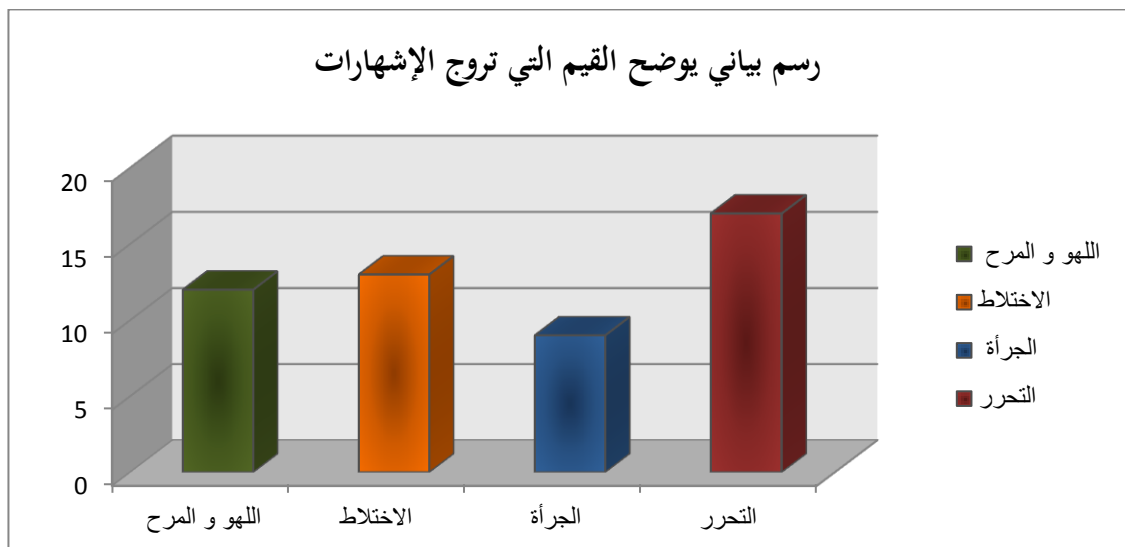
المواد الغذائية ايضا تتكررت فيها مظاهر الاغتراب الثقافي مع حضور العنصر الطفولي و الشباب على حد سواء ما يفسر ان تركيزنا كان ايضا على هذه النوعية من المنتجات التي تجمع كل الفئات و منها نلاحظ كل المظاهر التي يمكن للفرد تخيلها كاللباس و الجمال و العصرية و التكنولوجيا و اللغة و الغناء و كل عناصر الديكور و غيرها و التركيز يكون على النمط المعيشي في مثل هذه الاشهارات ككل و الاتيكيتات الغربية.

الخدمات تأتي في المرتبة الأخيرة في العينة المختارة حيث تكرر الاشهارات في الخدمات على المستوى الجزائري اصبح شئ عادي في حين الاشهار الذي يحمل نسبة %12,5 هو الفريد من نوعه من حيث الانتاج و الاخراج و التصوير و الاضاءة حيث استغلوا فيه فردين من الممثلين المتقنين للغة الفرنسية و هو الاشهار الفريد من نوعه في سلسلة إشهارات المعروضة على القنوات الجزائرية حيث اذا شاهدته بدون صوت لن تتخيل ان هذا الإشهار لدولة عربية لقوة اتقان في المادة و الكم الهائل من مظاهر وابعاد الاغتراب الثقافي و العولمة.

الجدول رقم(15): يمثل فئة القيم التي يروج لها الإشهار

النسبة المئوية	التكرار	فئة القيم التي تروج لها الإشهارات
23,52%	12	01 اللهو والمرح
25,49%	13	02 الاختلاط
17,64%	9	03 الجرأة
33,33%	17	04 التحرر
100%	51	المجموع

الشكل رقم(16): رسم بياني يمثل فئة القيم التي يروج لها الإشهار



المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.



## التحليل:

نلاحظ من خلال النتائج التحرر يتصدر القائمة بتكرار 17 بنسبة 33,33%، ثم الاختلاط بتكرار 13 بنسبة 25,49%، اللهو و المرح بتكرار 12 بنسبة 23,52% و في الاخير الجراًة بتكرار 9 بنسبة 17,64%.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن التحرر احتل المرتبة الأولى، وهذا المصطلح يختلف عن مصطلح الحرية حيث هذه الاخيرة قيمة إنسانية عالمية، لكن التحرر مصطلح تروج له الدول الغربية تحت ما هو مسمى بالدعوة إلى الحقوق من بينها حقوق المرأة المسلمة ومنحها الحرية المسلوبة منها على رأيهم، وكذلك عدم التمييز ضدها فالتحرر بالنسبة لمجتمعنا العربي المسلم يمثل التحلي عن القيم والأخلاق فالهدف الحقيقي من التحرر هو غرس الافكار الغربية في الأفراد وخاصة في عقل المرأة المسلمة، وتحويلها الى امرأة بقيم غربية وهذا ما يتنقى مع ديننا وثقافتنا ويظهر التحرر في جميع الاشهارات حيث تظهر المرأة بلباس غير محتشم وكذلك تشجيعها على العمل لكي تشعر بالاستقلالية ويظهر هذا في إشهار بانكسي وهذه تعتبر من مظاهر التحرر. كما جاء الاختلاط في المرتبة الثانية حيث اعتبره الغرب ضرورة لتطور المجتمع في جميع المجالات، حيث يجب على المرأة بالخصوص التي تعتبر نصف المجتمع ان لا تبقى في المنزل بل يجب خروجها للدراسة و العمل وذلك لمساعدة الرجل وهذا ما يؤدي بالضرورة الى اجتماعها وبالتالي الاختلاط بينهما، وهذا ما تم عرضه في الإشهارات محل الدراسة ففي إشهار أروما قهوة تظهر المرأة في زحمة السيارات بين مجموعة من الرجال وكذلك يظهر الاختلاط في إشهار بانكسي وهذا ما اختلف معه الدين الاسلامي الذي اعتبره تشويه لصورة وقيمة المرأة، وفتح ابواب كثيرة لاستغلالها وبالتالي فقد لكرامتها لذا نهي وحذر ديننا عن اختلاط النساء بالرجال قال الله عزوجل: «وَإِذَا سَأَلْتُمُوهُنَّ مَتَاعًا فَاسْأَلُوهُنَّ مِنْ وَرَاءِ حِجَابٍ» سورة الاحزاب الاية 33 أي لابد من وجود حائل بين المرأة والرجل وهذا لمنع الاختلاط فالاسلام كرم المرأة وجعل القوامة للرجل وذلك للابتعاد عن الأمور التي تفقد قيمتها.

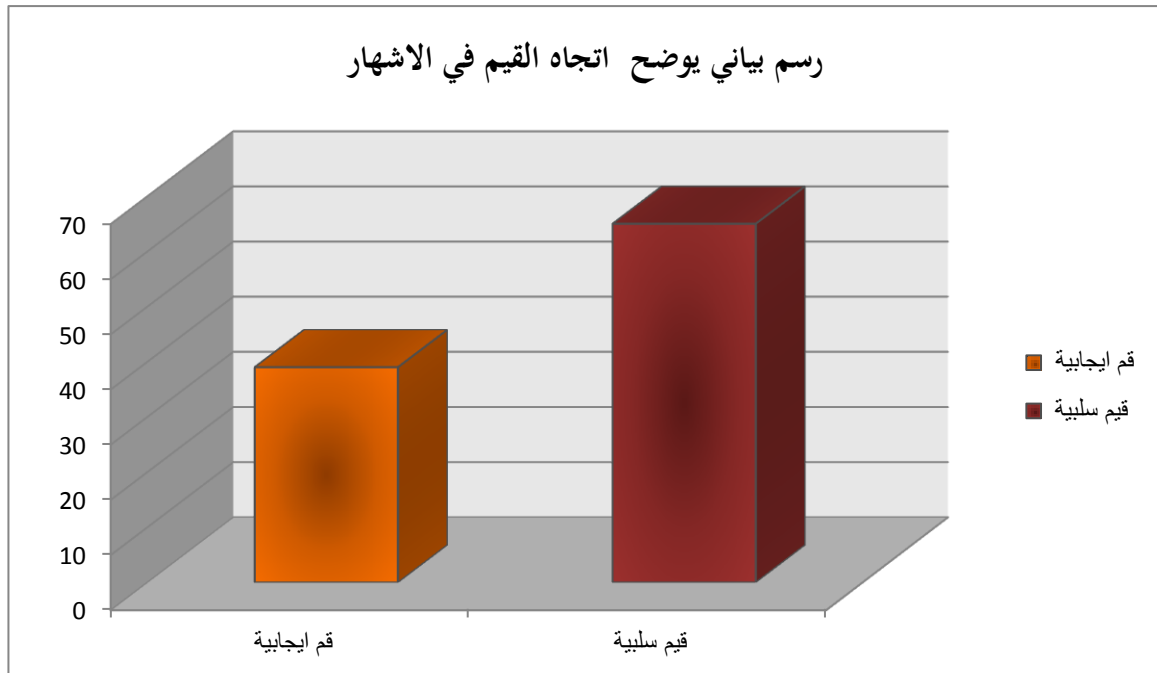
اللهو والمرح ، صحيح هذا الأخير يحمل في طياته نقاط إيجابية كالتنفيس عن الفرد والخروج من دائرة الملل وتخفيف أعباء الحياة اليومية لكن في باطنه يحمل الكثير من الأمور السلبية، حيث ظهر اللهو والمرح في إشهار اروما قهوة على شكل رقص بطريقة غريبة، كرقص الهيب هوب وهذا ما يختلف عن هويتنا الثقافية حيث أصبح الشباب يقلدون أنماط الرقص الغربي، الذي يوحي إلى أفكار تترجم إلى حركات غير أخلاقية لذا ديننا يدعونا إلى البعد عن اللهو والمرح الذي يعتبر مفسدا للأمم والعقول ولكي لا نسقط في قيم متنافية مع هويتنا الثقافية.

وفي الأخير المرأة ونجدها في جميع الاشهارات محل الدراسة، ومن وجهة نظرنا المرأة تقوم على الايجابية والمواجهة و تحدي الصعاب، وذلك دون التخلي عن القيم والاخلاق فمثلا الحياء سمة من سمات المرأة الجزائرية قال الله تعالى : «فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ» سورة القصص الاية 25 لكن في الإشهارات، التي بين أيدينا نجد جرأة المرأة تتجلى في لباسها وحركاتها ففي إشهار لايف الجديد، تظهر المغنية ريم الغزالي في لقطة غير لائقة وبقصّة شعر متشبهة بالرجال وهذا بعد من ابعاد الاعترا ب الثقافى.

الجدول رقم(16): يمثل فئة اتجاه قيم الإشهار

النسبة المئوية	التكرار	فئة اتجاه القيم في الإشهارات
37,5%	39	01 قيم ايجابية (الصداقة - الاحترام - الجمال - صلة الرحم)
62,5%	65	02 قيم سلبية (الاستهلاك - الانتقاد والتجريح الاحراج-العنصرية -عدم الاحترام - الغضب-النقد -التجريح -التخويف-الشجار)
100%	104	المجموع

الشكل رقم(17): رسم بياني يمثل فئة اتجاه قيم الإشهار



المصدر : برنامج Excel اصدار 2010.

## التحليل:

نلاحظ القيم السلبية تغطي على الاشهارات بتكرار 65 قيمة بنسبة 62,5% في مقابل القيم الإيجابية بتكرار 39 بنسبة 37,5% .

بقراءة بسيطة لنتائج نلاحظ الفرق بين القيم المنشورة على كل الإشهارات حيث طغت القيم السلبية كما هو رائج ان الإيديولوجية لا تعلن عن نفسها علنا بل تستخدم الطرق السلسة في ذلك و تكون هذه الطرق مرنة وسلسلة لتترسخ أكثر و أكثرها سلبية للعالم العربي المحافظ و كذلك محاولة تغيير لبعض السلوكيات التي ينهانا عنها ديننا الحنيف و المحاولة لجعلها لها مشروعية .

الاستهلاك اول قيمة تغطي على الإشهارات كونها قيمة غربية لا تحفز الانتاج ما يسبب في ركود عجلة الاقتصاد و الفرد في حين الدين يرجو من الفرد المسلم عكس ذلك خاصة ابناء العشرين هم الفئة الأكثر تجاوبا و عنه قال (صلى الله عليه وآله وسلم): " إن لله تعالى ملكا ينزل في كل ليلة فينادي: يا أبناء العشرين جدوا واجتهدوا، ويا أبناء الثلاثين لا تغرنكم الحياة الدنيا..." في حين واقع الفرد اليوم يتأثر بقيم الغرب و التكرار هنا له نصيب. و هذه العولمة الاستهلاكية لها مخاطر على اقتصادنا الوطني و تعرقل تطور و تنمية المجتمع الجزائري، و اذا ضعف اقتصاد الشعوب اصبح من السهل السيطرة عليها من النواحي الأخرى .

و السلوك الطاغية الثاني الانتقاد و الاحراج و النصح العلني للفرد و هذا ما يعرف به الفرد الغربي الذي يعبر عن ما لا يعجبه بحرية وسط الأفراد غير مراعي شعور الاخر و ما ينهي عنه ديننا كسر الخواطر و كما جاء على لسان الشافعي حول النصح العلني :

تعمدني بنصحك في انفرادي وحبّني النصيحة في الجماعة

فإن النصح بين الناس نوعٌ من التوبيخ لا أرضى استماعه

العنصرية ظهرت في إشهار الخدمات البنكية و كذلك محاولة اظهار الشخص الاسود على انه لا يتحلى بالتربية من خلال مشهد الذي دار بين شخص ذو بشرة بيضاء و آخر ذو بشرة سوداء الذي اخذ التفاحة من مكتب زميلة دون اذن و كذلك اخذ الهاتف من يده دون اذن و لم يظهر سوى هذا الاسود الوحيد في الاشهارات رغم ان الجزائر تزخر بتنوع الون البشرية و حسب دراسة جامعة كلفورنيا نسبة الادوار الاكبر في عام

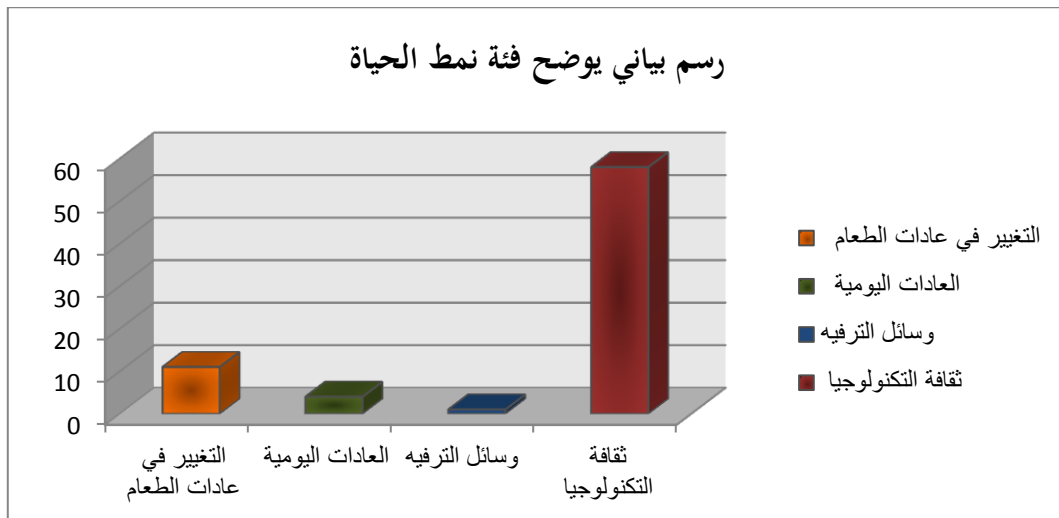
2019 كانت تذهب للممثلين البيض و هذا النوع من العنصرية في اختيار الشخصيات على اساس اللون يوجد ايضا في الجزائر و كذلك الصورة النمطية الغربية عن هذه الفئة و التي ليست صورة متعارف عليها في الجزائر فتروج لها جديد في التلفاز الجزائري.

فيما القيم الايجابية تأخذ النسبة الاضعف فيما ينطوي تحتها الصداقة و صلة الرحم في إشهار اروما حليب رغم كثرة القيم السلبية في هذه الإشهارات الا انها لا تخلو من القيم الايجابية.

#### الجدول (17): يمثل فئة نمط الحياة المروج له في الإشهارات

النسبة المئوية	التكرار	فئة نمط الحياة
14,86%	11	01 التغيير في عادات الطعام
05,40%	4	02 العادات اليومية
01,35%	1	03 وسائل الترفيه
78,37%	58	04 ثقافة التكنولوجيا
100%	85	المجموع

#### الشكل (18): رسم بياني يمثل فئة نمط الحياة المروج له في الإشهارات



## المصدر: برنامج Excel اصدار 2010.

### التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول الثقافة التكنولوجية تطغى على الاشهارات بتكرار 58 و نسبة 78,37%، التغيير في عادات الأكل او الطعام بتكرار 11 بنسبة 14,86%، ثم تليها العادات اليومية مثل ممارسة الرياضة بتكرار 4 وبنسبة 5,40%، وفي المرتبة الأخيرة وسائل الترفيه بنسبة 1,35%.

نلاحظ من خلال النتائج ان الثقافة التكنولوجية تعد رمز من الرموز الحياة الحضارية السائدة

و المهيمنة، و نشر افكار خفية غير مباشرة لتحقيق اهداف الطرف المسيطر لتسويق لعادات و سلوكيات كثقافة التكنولوجيا و التغيير في عادات الأكل على حساب العادات و التقاليد و الدين و هو تغيير يحدث بصفة بطيئة و تدريجية فتأثر على الحضارات و الثقافات و هي حياة التي يستغنى فيها الفرد عن الجهد العضلي وهذا ما ينشر الخمول اوساط الشباب و من رؤية هذا النمط في الاشهارات من قبل الجمهور تبدأ رحلة اكتساب النمط المعيشي و كل ذلك عن طريق الملاحظة لما هو معروض مثل أجهزة الكمبيوتر التي تظهر بأنواعها و اصداراتها المتطورة بالاضافة الى ادوات تساعد المرأة في حياتها اليومية مثل غسالات الملابس و ماكنات اعداد القهوة المتطورة و التي تظهر بأسمائها واضحة كنوع من الترويج لهذه الأخيرة ، و كذلك هواتف الأيفون و السامسونج.

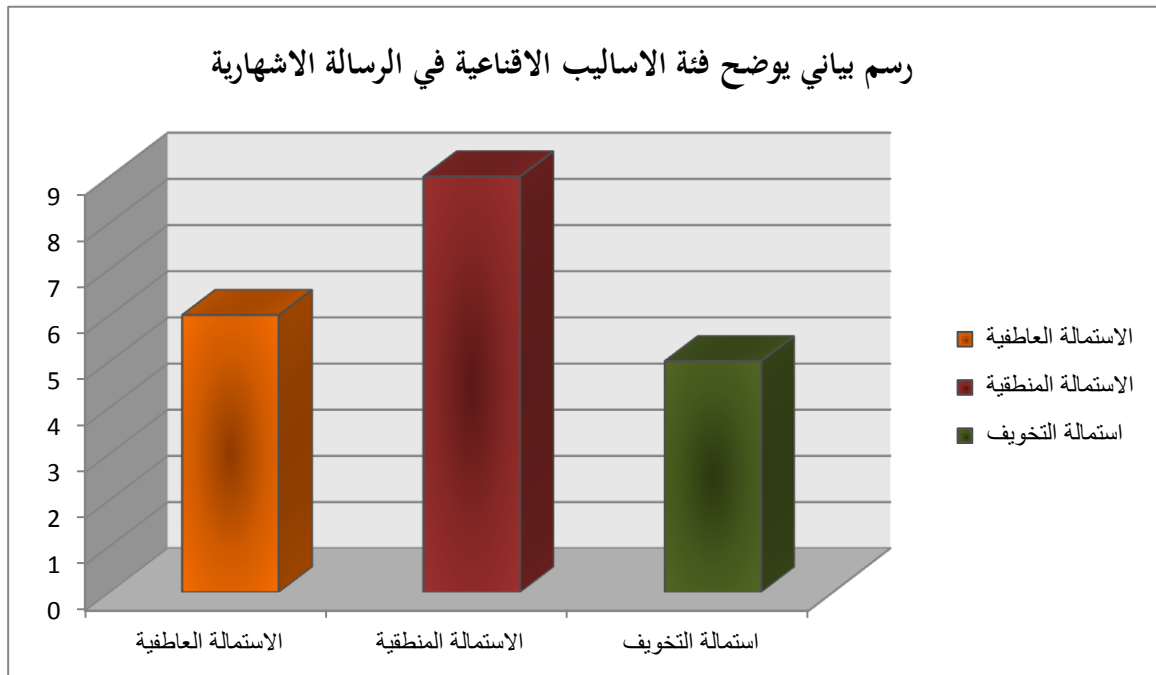
تجل التغيير في عادات الطعام و في طريقة الأكل، من خلال الاشهارات ظهور الاكل الغربي على الطاولة التي هي نفسها لا تنتمي لثقافتنا حيث يظهر لنا عائلة نووية تجتمع على طاولة اكل تحتوي على "الكرواسون" و قهوة الماكنة" " خبز التوست" "رقائق الذرة" " كراب" و غيرها و هي كلها من الثقافة الغربية التي تدعو للأكل السريع .

برغم من ان الترفيه جاء بأقل نسبة إلا ان له تأثير في نشر الاغتراب الثقافي، و ذلك كان واضحا في اشهار حليب اروما حيث كان الطفل يحمل هاتفها وهذا ما تدعوا له العولمة حيث هذه التكنولوجيا هذا تعمل على محو كل ما تعلمه الطفل من الوسط العائلي و تضيف تأثيرات سلبية تساهم في انشاء فرد في المستقبل لا يتناسب تفكيره مع الثقافة التي هو فيها ما يؤدي الى اغترابه ثقافيا. و نلاحظ كذلك اعياد الميلاد السنوية و هي ثقافة دخلية عن مجتمعنا فهي من البدع فالواجب منا الابتعاد عن مثل هذه الامور.

الجدول رقم(18): يمثل فئة الاساليب الإقناعية

النسبة المئوية	التكرار	فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة الإشهارية	
30%	6	الاستمالات العاطفية	01
45%	9	الاستمالات المنطقية	02
25%	5	استمالات التخويف	03
100%	20		المجموع

الشكل رقم(19): رسم بياني يمثل فئة الاساليب الإقناعية في الرسالة الاشهارية



المصدر : برنامج Excel اصدار 2010.

التحليل:

نلاحظ من الجدول الاستمالات المنطقية بتكرار 9 بنسبة 45% ، الاستمالات العاطفية بتكرار 6

بنسبة 30% ، وفي الاخير استمالات التخويف بتكرار 5 بنسبة 25%.

نلاحظ من خلال النتائج انه في الاتصال الاقناعي الذي يحدث بين الزبون و المستهلك يستلزم استخدام الاستمالات المنطقية بكثرة و جاء هذا التوظيف من اجل تغيير في اتجاهات السلوكية ، و التأثير على العقل من خلال التسلسل الفكري و الحجج المنطقية و العلمية لينتهي الامر بالمشاهد مقتنع بما يراد له ان يقتنع به اقناعنا بمحاولة متكررة بغرس افكار سلبية متعارضة مع أفكار المجتمع الجزائري المتمثلة في الاختلاط و التحرر و جعلها منطقية .

و استخدمت الاستمالات العاطفية لمخاطبة عواطف الجمهور و اثارت الحاجات النفسية لدى الفرد كإستغلال تعلق الافرد خاصة الشباب الجزائري من عيش الحياة الكريمة (عمل، سيارة، حياة عاطفية سعيدة واستغلال الجو الصيفي لتصوير ما يعكسه هذا الجو على الشباب بإضافة الوان تبث من خلالها التسلية و الاغراء و الوهم ، وتم ربط عاطفة الامومة بنساء متبرجات بلباس غربي عصري، و هذا لا يعكس صورة الأم الجزائرية.

استمالات الخوف، تم توظيف الخوف في اشهار اروما في لقطة الزومبي و ظهرت أفاظ التخوف في إشهار بانكسي، و ذلك لكي يؤثر على التوتر العاطفي لزيادة الاقناع .

### تحليل سيميولوجي لبعض اللقطات من إشهارات محل الدراسة:

سنقوم بتحليل بعض اللقطات من إشهارات محل الدراسة، وذلك من خلال مقارنة رولان بارث وهذا يقودنا الى الحديث الى مستويين الأول المستوى التعييني والثاني مستوى تضميني :

### لقطة من إشهار قهوة اروما



## المستوى التعيني :

تميزت هذه اللقطة للممثل محمد الماحي ترتسم عليه ملامح الدهشة، والذي كان داخل المكتب برفقة الزومبي التي كانت ملاحظها مخيفة، فظهر الممثل بلباس إسباني لترويض الثور الذي كان باللون الأحمر و في يده علبة قهوة مغلفة أيضا باللون الاحمر ولباس الزومبي عبارة عن لباس عصري باللون الابيض فيه نقط دم حمراء، على خلفية مكتب باضائة طبيعية (غروب الشمس) مرفوقة باضائة اصطناعية.

## المستوى التضميني:

فضل المخرج في هذه الصورة الديكور الداخلي (المكتب)، وذلك لابرز الحياة العملية و لتسليط الضوء على قيمة المنتج كون القهوة منتج لا يستغنى عنه حتى في أوقات العمل، و ملامح الدهشة التي كانت ظاهرة على وجه الممثل تؤكد الرسالة الالسنية "فنجان اروما يخليلك ليلك ضاوي كي نهار" وهذه الرسالة تخفي اللفظ عن معناه الظاهر وهو كون القهوة تساهم في تنشيط الفرد و تحفيز الذاكرة، والسر وراء قوة الصورة تكمن في الالوان وكما يقول فرانسوا راستيي: "ان اللون مثله كمثل بقية الوسائل عبارة عن رصيد مدخر لدى المصمم يصبح عظيم الفائدة اذا استطاع تحكم في انتاجه، بينما يصبح مثل القيد الذي يحد من قدرته على التعبير اذ ما جهل وظائفه الرمزية و الدلالية" (بوصابة ع.، مقارنة لترجمة دلالات الاشهار التلفزيوني مع التحليل السيميولوجي لنموذج ومضة اشهارية، 2017، صفحة 387).

و استخدام اللون الأحمر في لباس الممثل ، كونه يرمز للقوة والدافعية والحركة، و مثير للأعصاب و له أيضا دلالات في الثقافات القديمة الفرعونية و الصينية فهو يعتبر كعلاج، و ورد في دراسات حديثة ان اللون الأحمر يساعد في تفاعل الناس مع المنتج، وجاء أيضا في غلاف القهوة وهذا لبعث فكرة في ذهن المتلقي ان منتج القهوة هو منتج الطاقة، و اللون الأحمر من الالوان التي تأثر على الحالة المزاجية و النفسية للفرد. كما ظهر اللون الأبيض في لباس الزومبي الذي يرمز للنقاوة والنظافة.

## لقطة من إشهار قهوة اوسكار





### المستوى التعيني :

استخدم المخرج لقطة الجزء الصغير حيث ركز على رأس الفتاة وكتفها داخل الكادر، والتي كانت تحمل هاتف ذكي مرفقة بملامح البكاء، و اتخذ المخرج الديكور الداخلي في الصورة (صالون منزل). كان اللباس الاساسي في الاشهار هو اللباس العصري لجميع الممثلين وفي هذه الصورة كانت الفتاة من بين هؤلاء اللذين يلبسون اللباس اما بالنسبة للالون استعمل المخرج اللون الأخضر في لباس الفتاة واللون الأصفر، الاحمر والبني في ديكور الصالون. اما الإضاءة فكانت اصطناعية مع ضوء النافذة وهي تعتبر اضاءة طبيعية (اضاءة الشمس).

### المستوى التضميني :

قام المخرج باستخدام لقطة الجزء الصغير مع اضاءة طبيعية وذلك لابرار ملامح البكاء البارزة على وجه الفتاة. ولتركيز على الهاتف الذكي الذي يعتبر من التكنولوجيا وهو من مظاهر الاغتراب الثقافي التي جاءت بها ظاهرة العولمة، وظهرت بلباس باللون الأخضر و الذي يرمز لنماء و التطور و هو من الالون التي وظفت لإعطاء راحة للعين فيما كان الديكور والاثاث بألوان باردة مع كثرة ملاحظة الخشب في الصورة و هو ما يرمز على فخامة الديكور و الخيار الاول للاغنياء حول العالم.

### لقطة من إشهار منظف لايف الجديد



### المستوى التعيني :

تميزت هذه اللقطة للممثلة سلمى غزالي فظهرت بملامح فرح و بملابس سوداء كاملة مع قصة شعر قصيرة و اتخذ المخرج في هذه الصورة ديكور داخلي (غرفة غسيل الملابس) ، و استخدم لقطة مستوية لإبراز الديكور و جلسة الممثلة، حيث كانت الاضاءة في هذه اللقطة طبيعية ظهرت من نافذة الغرفة.

### المستوى التضميني :

استخدم المخرج اللقطة المستوية وذلك لإبراز الديكور و التركيز خاصة على طريقة الجلوس للممثلة سلمى غزالي التي ظهرت بطريقة غير لائقة و غير أخلاقية، كذلك ظهرت بملابس عصرية سوداء وبقصة شعر تشبه قصات شعر الرجال، وهذا غير مطابق لعادات المجتمع الجزائري، وهذا مظهر من مظاهر الاغتراب القايي الذي تمثل في الاغتراب عن اللباس، ونستخلص ان المرأة استغلت بطريقة سلبية و التي لا تتوافق مع ديننا وهويتنا الثقافية، حيث ان المرأة تعتبر المرآة العاكسة للمجتمع وهي الركيزة الأساسية لتنشئة الأجيال وفي هذه اللقطة لا تمثل المرأة الجزائرية.

تم توظيف اللون الأسود والأبيض في لباس الممثلة وفي المنتج، واللون الأبيض في آلة الغسيل وهما لوان متناقضان وهذا هذا التوظيف جاء لترسيخ علامة المنتج، فاللون الأسود يوحي للقوة والثقة كما يرمز الى الاناقة واللون الأبيض يرمز للنظافة كذلك ظهر اللون الباج في الديكور ومن الدلالات التي يرمز لها اللون هي الفخامة والكلفة ويضيف عنصر الدفء .

### النتائج العامة للدراسة :

\_\_ رغم قصر فترة الاشهارات المدروسة الا ان المجهود المضاع في هذا النوع من الانتاج يكون زخم بالرسائل السريعة و المتكررة التي تساهم في ترسيخ المعلومة.

\_\_ استغلال الاستمالات العاطفة و التي تكون لها علاقة بالمرأة في الغالب لتحفيز المشاعر لدى المشاهد و في الغالب ترسم كتسليع للمرأة.

\_\_ التركيز على العائلة النووية وفق مقولة العائلة الصغيرة تساوي حياة افضل و ذلك لترسيخ الفكرة في ذهن الشباب.

\_\_ التركيز في اختيار شخصيات عادية لسهولة القبول لسلوكات الأفراد.

\_\_ نشر الاشهارات الجزائرية اليوم لنمط اللباس الغربي و التركيز على اظهاره بالمقابل تطمس اللباس الجزائري الذي يرمز لثقافة الجزائرية فاللباس لم يبقى مجرد قماش يغطي الجسم بل يحمل دلالات و ابعاد فكرية و ايدولوجية تعبر عن ثقافة اصحابه و النتيجة تبين ان هناك الرغبة في الوصول لتوحيد اللباس عالميا.

\_\_ تحقق بعد الاغتراب الثقافي من خلال تعمد الاشهارات على ابراز الميول لنموذج الغربي العصري في الديكور المستوحى بالكامل من المنازل الاربوية و الامريكية.

\_\_ استخدام الشخصيات المشهورة و المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي كعامل جذب ليقندى بهم من طرف معجبيهم.

\_\_ تحقق بعد الاغتراب الثقافي من خلال تعمد اظهار الجنسين بطرق غير مقبولة في مجتمعنا المسلم تؤكد على الاختلاط بين الشائيات المعروضة .

\_\_ اظهار رجال و نساء بألبسة و قصات شعر غريبة لا تعبر عن الفرد الجزائري.

\_\_ تحققت مظاهر الاغتراب الثقافي (الاغتراب عن القيم، الاغتراب عن العادات والتقاليد، الاغتراب عن اللغة) في عينة الإشهارات المدروسة.

— ظهر الاغتراب الثقافي والتخلي عن القيم المجتمع الجزائري من خلال الترويج لقيمة التحرر فالهدف الحقيقي منه هو غرس الافكار الغربية في الأفراد وخاصة في عقل المرأة المسلمة وتحويلها الى امرأة غربية.

— ظهور مؤشرات العنصرية ضد الجزائري ذو البشرة السوداء وهي الصورة النمطية المنقولة عن الإشهارات الغربية ذات الطبيعة العنصرية ضد الشرائح الزنجية والأصول الإفريقية.

— تحقق مظهر الاغتراب الثقافي في نمط العيش و التغيير في عادات الطعام التي ظهرت في طاولة الإفطار الجزائرية والهواتف الذكية و الدوات الكهرومنزلية المستخدمة لتسهيل الحياة و من اجل تعزيز الثقافة الاستهلاكية لدى الفرد الجزائري التي هي موجودة منذ فترة و هنا التكرار يعزز من رغبة الإقتناء .

— ثقافة التكنولوجيا الظاهرة من خلال الاشهارات المدروسة تحمل في طياتها التمرد و التحضر تجعل الفرد يحاول تغيير ما يملكه.

— العزوف عن استخدام اللغة العربية و تهميشها في عينة الاشهارات المدروسة و استبدالها بالعامية والفرنسية و الدمج بينهما و اضافة اللغة الانجليزية.

— وجود واضح لرموز لها دلالات غربية دخيلة على المجتمع المحافظ الجزائري وذلك في اظهار براميل تخمير المسكرات كجزء من الديكور في الاشهار الجزائري .

— التركيز على المؤثرات الصوتية الصناعية و هي ما يتماشى مع نمط الحياة العصرية السريعة و ايضاح استخدام الفرد لتكنولوجيا في الحياة اليومية المعروضة داخل الكادر الاشهار .

— جاء توظيف الموسيقى الغربية في الاشهارات المدروسة كمظهر طاغي ضمن المؤثرات الصوتية.

## خاتمة :

اليوم الثقافة و القيم الاجتماعية و الفردية و المجتمع المحافظ في خطر كبير، يزيد كل يوم عن الذي قبله فالمجتمع اصبح اكثر رغبة في الاتحاق بالغرب و الشعور بالانتماء للجهة القوية، الرسائل الاعلامية اليوم و على رأسها الاشهار تخاطب الفرد من خلال رغباته تحت مسمى الترويج للمنتجات، فيما اغلبها تخفي في مكنونها رسائل سلبية و من خلال هذا هدفت الدراسة الى رصد صور و مظاهر الإغتراب الثقافي التي تتشكل ضمن المحتوى البصري الاشهار باعتبار هذا الأخير نشاط اتصالي اجتماعي و دوره الهام في تغيير سلوك الفرد و غرس قيم فيه و باعتبار الوسيلة هي التلفزيون الذي يساهم في التنشئة الاجتماعية بجانب الاسرة و المدرسة، و في هذا الانتاج يتم استغلال اساليب الاقناع من استمالات بأنواعها، و التركيز على القيم الغربية في عرض جوانب الحياتية للأفراد و كل هذا تحت مسمى توجيه الآراء وفق أهداف القائم بالاتصال.

ونستخلص ان أبعاد الاغتراب الثقافي تحققت من خلال نتائج المتوصل إليها في انماط الحياة و اللغة واللباس و اخطر ما يمكن قوله ان القيم تم استهدافها بصورة ادق في الاشهارات وتجلب الاغتراب اثقافي.

في الاخير يمكننا القول ان الاغتراب الثقافي في الاشهار مجال كبير لا يمكن القول ان دراسة واحد ستغطي على كل الجوانب من هنا ندعوا المهتمين بنفس المجال القيام بتغطية على جوانب اخرى من الموضوع.

### التوصيات :

- بعد الاطلاع على أسباب وابعاد الاغتراب الثقافي في الاشهار التلفزيوني الجزائري نوصي بما يلي :
- \_ لمواجهة الاغتراب الثقافي في الاشهار التلفزيوني على المخرجين تسليط الضوء على العادات والتقاليد و احترامها والابتعاد عن تقليد الثقافات الغربية.
- \_ نشر الموروث الثقافي الجزائري من خلال الاشهارات لكي تبقى للأجيال القادمة.
- \_ تفعيل دور المؤسسات التنشئة الاجتماعية للحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية واللغة العربية كونها لغة القران الكريم.
- \_ العمل على تحقيق روح الانتماء لدى الشباب الجزائري و تقدير مكانتهم داخل المجتمع.
- \_ اقتباس الأفكار التي تفيدنا من الاشهارات الأجنبية دون المساس بالثقافة الاصلية للمجتمع كما قال مهاتما غاندي " اسمح لكل ثقافات العالم ان تهب داخل بيتي لكن لن اسمح لاي منها ان تقتلني من جذوري".

## قائمة المصادر والمراجع:

### ❖ المصادر:

1\_القران الكريم.

2\_الأحاديث النبوية الشريفة.

### ❖ الكتب:

3\_احمد علي الفلاحي. (2013). الاغتراب في الشعر العربي. عمان: دار غيداء لنشر.

4\_اسماعيل عبد الفاتح عبد الكافي. (2019). تنمية مهارات الاتصال. القاهرة: المكتب العربي للمعارف.

5\_بلقاسم سلاطنية، و حسان الجيلاني. (2012). اسس المناهج الاجتماعية. القاهرة: دار الفجر لنشر والتوزيع.

6\_جمال العيفة. (2010). مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف، الهياكل، الأدوار. ديوان المطبوعات الجامعية.

7\_جمعة حجازي. (2020). اساليب الاقناع والتسويق الاجتماعي. سوريا: من منشورات الجامعة الافتراضية السورية.

8\_حسام فتحي ابو طعيمة. (2008). الاعلان وسلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق. عمان: دار الفاروق لنشر والتوزيع.

9\_حسين عقيل عقيل. خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة الى تفسير النتيجة. دار ابن كثير.

10\_خالد منصر. (2016). تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب. الامارات: دار الكاتب الجامعي.

- 11\_رشدي احمد طعيمة. (2004). تحليل المحتوى في العلوم الانسانية مفهومه-اسسه- استخداماته. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 12\_رفعة عارف الضبع. (2011). الاذاعة النوعية وانتاج البرامج الاذاعية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 13\_رفعت عارف الضبع. العلاقات العامة والإشهار. القاهرة.
- 14\_زهير عبد اللطيف عابد. (2019). مبادئ الاعلان. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 15\_ساجدة عبد الكريم خلف التميمي. (2017). الاغتراب في شعر نازك الملائكة. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- 16\_سليمان عبد الواحد ابراهيم. (2014). الشخصية الإنسانية واضطراباتها النفسية رؤية في إطار علم النفس الإيجابي. عمان: مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع.
- 17\_سناء حامد زهران. (2004). ارشاد الصحة النفسية لتصحيح مشاعر ومعتقدات الاغتراب. مصر: عالم الكتب لنشر والتوزيع.
- 18\_صلاح الدين احمد الجماعي. (2009). الاغتراب النفسي الاجتماعي (وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي). عمان: دار زهران.
- 19\_عاطف عدلي العبد، و نهي عاطف العبد. (2011). نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 20\_عبد الحميد محمد شاذلي. (2008). الاغتراب النفسي لدى الشباب الجامعي. القاهرة: اجيال لخدمات التسويق والنشر.
- 21\_عبد الرزاق الدليمي. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. الاردن: دار اليازوري.

22\_ عبد اللطيف خليفة. (2006). مقياس الاغتراب. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.

23\_ عبد اللطيف محمد خليفة. (2003). دراسات في سيكولوجية الاغتراب. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.

24\_ عبد المجيد ابراهيم مروان. (2000). اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. عمان: مؤسسية الوراق.

25\_ علي شيبية شدوان. (2016). الاعلان المدخل والنظرية. مصر: دار المعرفة الجامعية.

26\_ علي محمد السرحان المحمودي. (2019). مناهج البحث العلمي. اليمن: دار الكتب.

27\_ قدور عبد الله الثاني. (2013). تعليمية الاعلام والاتصال بالجامعة الجزائرية بين النظرية والتطبيق. الجزائر: مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع.

28\_ لزهرة مساعدي. (2013). نظرية الاغتراب من المنظورين العربي والغربي. الجزائر: دار الخلدونية لنشر والتوزيع.

29\_ محمد الشيخ الشيخ. (2001). التحليل الفاعلي نحو نظرية حول الإنسان. الشارقة: دار الثقافة والاعلام.

30\_ محمد الصيرفي. (2005). مبادئ التسويق. الاسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.

31\_ محمد الصيرفي. (2007). ادارة المبيعات. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.

32\_ محمد خاين. (2015). الإشهار الدولي والترجمة إلى العربية: رهانات الاحتواء وإكراهات اللغة والثقافة. بيروت.

33\_ محمد عبد السلام. (2020). مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية. مكتبة النور.



34\_ محمد عبد الفتاح الصيرفي. (2013). الاعلان انواعه. مبادؤه. وطرق اعداده. الاردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

35\_ محمد محي الموسوي. (2016). تلفزيون الواقع وظاهرة الاغتراب الثقافي عند الشباب الجامعي. بيروت: دار الكتاب الجامعي.

36\_ محمود رجب. (1988). الاغراب سيرة مصطلح. القاهرة: دار المعارف.

37\_ مصطفى يوسف كافي. (2015). الراي العام ونظريات الاتصال. الاردن: دار ومكتبة الحامد لنشر والتوزيع.

38\_ منى الحديدي. (2002). الاعلان. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

39\_ ناهدة عبد الكريم حافظ. (2012). من الميثولوجيا الى العلم دراسة في مناهج علم الاجتماع. بيروت: دار ومكتبة البصائر للطباعة والنشر والتوزيع.

40\_ ياسين طالب. (1992). الاغتراب تحليل اجتماعي ونفسي لأحوال المغتربين وأوضاعهم. عمان.

41\_ يحيى الجبوري. (2007). الحنين والغربة في الشعر العربي (الحنين الى الأوطان). عمان: دار مجدلاوي.

#### ❖ المقالات:

42\_ المحرر. (2004). دليل إجراء البحوث والدراسات المسحية. مركز البحوث معهد الإدارة العامة.

43\_ اسماء خلفون. (2018). الاغتراب الثقافي دراسة نفسية اجتماعية. مجلة الساورة للدراسات الانسانية والاجتماعية، 4(2).

- 44\_ اشواق بنت غازي شيتوي، خولة بنت فريد عبيد الله، واخرون. (2019). علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالاغتراب الثقافي استخدام تطبيق السناب شات وسط الشباب الجامعي السعودي. مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية، (14).
- 45\_ سعدان شبايكي، ومليكة حفيظ. (2002). الاشهار التجاري في الجزائر. مجلة الاقتصاد والمجتمع، 1(1).
- 46\_ عبد النور بوصابة. (2017). مقارنة لترجمة دلالات الاشهار التلفزيوني مع التحليل السيميولوجي لنموذج ومضة اشهارية. مجلة الاشعاع، 4(8).
- 47\_ حسام محمود ابو حمور، رانية جعفر قطيشات، ومحمد عبد الله الريالات. (2018). الاغتراب الوظيفي وأثره على كفاءة وفعالية الاداء التنظيمي في شركات الاتصالات الاردنية. مجلة رماح للبحوث والدراسات، (26).
- 48\_ حلیم بركات. (2006). الاغتراب في الثقافة العربية متاهات الانسان بين الحلم والواقع. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 49\_ خيرة مكرتار، والعربي بوعمامة. (2016). التمثلات الثقافية في الخطاب الاشهاري (إشهارات قناة النهار أنموذجا). مجلة جماليات، 3(3).
- 50\_ خيرة مونية منصور، وامال بن عمار. (2021). الاشهار في الجزائر: دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الجزائرية. *Revue Algérienne d'Economie et gestion*, 15(1).
- 51\_ زليخة جديدي. (2012). الاغتراب. مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، 4(8).
- 52\_ سميرة سطوطاح. (2014). القيم في الإشهار التلفزيوني وتوجيه السلوك الاستهلاكي للأفراد دراسة تحليلية ميدانية لعينة من إشهارات القناة الاولى (الارضية). مجلة العلوم الاجتماعية، 8(1).
- 53\_ صباح ساعد، ويوسف بن تيشة. (2015). صور الهوية الثقافية في مقررات اللغة العربية قراءة تحليلية لمقررات اللغة العربية للطور الابتدائي. مجلة دفاتر المخبر، 10(1).

54\_ عبد الامير مويت فيصل. (2018). الاغتراب الثقافي لدى المقيمين خارج العراق دراسة مسحية على مستخدمي الإنترنت. حوليات آداب عين شمس، 46.

55\_ عبد الامير مويت فيصل. (2015). الاغتراب الثقافي لدى المقيمين خارج العراق. مجلة الباحث العلمي، 7(27).

56\_ عبد القادر سلامي. (2014). خطاب الدعاية بين غلظ الدلالة والبراغماتية. Semat an. international journal، (1).

57\_ علي لفته العيساوي. (2021). الفايسبوك الوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي دراسة وصفية تحليلية. العراق: المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية.

58\_ عمر اوسامة، والعربي بوعمامة. (2017). الاغتراب الرقمي في المجتمعات الحديثة: مقارنة معرفية. مجلة رفوف، 5(2).

59\_ محمد در. (2017). أهم المناهج وعينات وادوات البحث العلمي. مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، (9).

#### ❖ المذكرات:

60\_ اسماء خلفون. (2010). الاغتراب الثقافي وعلاقته بمفهوم الذات دراسة نفسية اجتماعية لسته حالات. مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علم النفس الجماعات والمؤسسات. المدرسة الدكتورالية لعلم النفس الجماعات والمؤسسات، جامعة وهران السانيا. منشورة.

61\_ امينة طرابلسي. (2010). اعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال دراسة وصفية تحليلية لإعلانات قناة "سبيس تون" الفضائية. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال. تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري قسنطينة. منشورة.

62\_ إيمان نوي. (2016). البيئة الرقمية وعلاقتها بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة خضير بسكرة المستخدمين لبعدي البيئة الرقمية، جامعة خضير

بسكرة، الجزائر. اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة. قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة. منشورة.

63\_ بسمة فنور. (2008). الرسالة الاشهارية في ظل العولمة دراسة تحليلية للرسالة الاشهارية في الفضائيات العربية قناة الشرق الاوسط mbc نموذجا. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة. قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة. منشورة.

64- حفيظة نهائي. (2016). الاغتراب الديني في المجتمع الجزائري دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماجستير كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة الجلفة. اطروحة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في علم الاجتماع الديني. قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر. منشورة.

65\_ حلا قاسم الزعبي. (2016). تأثير مشاهد العنف في برامج الاطفال التلفزيونية (الرسم المتحركة) على الاطفال من وجهة نظر أولياء الامور (الامهات) والمدرسات. رسالة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام. كلية الاعلام جامعة الشرق الاوسط. منشورة.

66\_ حورية هدهود. (2013). الاغتراب النفسي وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى المراهق الجانح دراسة ميدانية بمؤسستي اعادة التربية والتأهيل بباتنة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير. قسم علم النفس، جامعة مسيلة. منشورة.

67\_ خالد منصر. (2012). علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة. مذكرة ماجستير منشورة تخصص اعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة. قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر. منشورة.

68\_ خزيم سالم علي الخزام. (2009). الخطاب الاعلامي الملكي الاردني تجاه قضية فلسطين والعراق من 1999 الى 2007. اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال. قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة دالي ابراهيم الجزائر. منشورة.

69\_حنساء تومي. (2017). دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا. اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع الاتصال. قسم العلوم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة. منشورة.

70\_دانيال علي عباس. (2016). الاغتراب النفسي وعلاقته بالتحصيل الدراسي دراسة مقارنة بين طلبة المرحلة الثانوية الاولاد في مراكز الايواء والطلبة المقيمين في محافظة دمشق. رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علم النفس التربوي. قسم علم النفس، جامعة دمشق. منشورة.

71\_سليمة فيلالى. (2014). بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة دراسة على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة باتنة. اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الثقافي. قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة. منشورة.

72\_سميرة سطوطاح. (2010). الاشهار والطفل دراسة تحليلية للأنماط الاتصالية داخل الاسرة من خلال الومضة الاشهارية وتأثيرها على السلوك الاستهلاكي للطفل. رسالة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه شعبة الاتصال في التنظيمات. قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة. منشورة.

73\_سهام قنفي. (2019). علاقة استخدام مواقع التواصل الالكتروني بالاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك. اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال. قسم العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة. منشورة.

74\_شهد سلمان قاسم، ومروة ستار جاسم. (2014). الاغتراب الدراسي وعلاقته بالتفاؤل والتشاؤم لطالبات الاقسام الداخلية كلية التربية الرياضية للبنات. جزء من متطلبات نيل درجة التخرج. كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة بغداد. منشورة.

75\_عبد القادر بلعابد. (2014). الاتجاه نحو العنف وعلاقته بالاغتراب لدى الشباب في ضوء متغيري الثقافة والجنس. رسالة دكتوراه في علم النفس. قسم علم النفس وعلوم التربية، جامعة وهران. منشورة.

76\_ عبد الله عبد الله. (2008). الاغتراب النفسي وعلاقته بالصحة النفسية لدى طلاب الجامعة دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعة في الجزائر العاصمة. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس وعلوم التربية والارطوفونيا تخصص علم النفس الاجتماعي. قسم علم النفس وعلوم التربية والارطوفونيا، جامعة الجزائر يوسف بن خدة. منشورة.

77\_ عبد النور بوصابة. (2008). الأساليب الاقناعية للمضات الاشهارية التلفزيونية -دراسة تحليلية سيميولوجية من الومضات الخاصة بمعامل الهاتف النقال "نجمة". رسالة ماجستير. منشورة.

78\_ عبده سعيد محمد احمد الصنعاني. (2009). العلاقة بين الاغتراب النفسي واساليب المعاملة الوالدية لدى الطلبة المعاقين سمعيا في مرحلة الثانوية. رسالة مقدمة الى مجلس كلية التربية-جامعة تعز استكمالا لمتطلبات نيل درجة الماجستير في علم النفس التربوي (تخصص تربية الخاصة). قسم التربية الخاصة، جامعة تعز اليمن. منشورة.

79\_ عثمان آخناق. (2008). أهمية الإشهار كاستثمار تسويقي في ظل المخاطر السوقية. مذكرة ماجستير. جامعة يوسف بن خدة. منشورة.

80\_ عطاء الله يعقوبي. (2017). الاغتراب الثقافي لدى الشباب الاجتماعي (دراسة وصفية تحليلية لعينة من الشباب في مناطق الشرق، الغرب، الشمال، وسط والجنوب). اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع الثقافي. قسم علم الاجتماع، جامعة بوزريعة الجزائر. منشورة.

81\_ غادة مصطفى احمد محمد البطريق. (2009). دور القنوات الفضائية العربية في نشر ثقافة العولمة دراسة تطبيقية. بحث مقدم لأخذ درجة الماجستير في الآداب. قسم الاعلام، جامعة الزقازيق. منشورة.

82\_ فتيحة كحيل. (2012). الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، موقع فيسبوك أنموذجا، الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، موقع فيسبوك أنموذجا. مذكرة ماجستير. جامعة باتنة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. منشورة.

83\_ كريمة يونسى. (2012). الاغتراب النفسي وعلاقته بالتكيف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة مولود معمري بتيزي وزو. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس المدرسي. قسم علم النفس، جامعة مولود معمري تيزي وزو. منشورة.

84\_ ليلي كوسة. (2008). واقع واهمية الإعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. مذكرة ماجستير. علوم التجارية: جامعة قسنطينة. منشورة.

85\_ منصور بن زاهي. (2007). الشعور بالاغتراب الوظيفي وعلاقته بالدافعية للإنجاز لدى الاطارات الوسطى لقطاع المحروقات دراسة ميدانية بشركة سوناطراك بالجنوب الجزائري. اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم النفس العمل. قسم علم النفس والعلوم التربوية، جامعة منتوري قسنطينة. منشورة.

86\_ منى علي عطية الصيادي. (2012). الاغتراب النفسي لدى العاطلات عن العمل في ضوء حاجاتهن الى الارشاد المهني. بحث مقدم إلى قسم علم النفس في كلية التربية جامعة طيبة كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في علم النفس (توجيه وارشاد تربوي). قسم علم النفس التربوي، جامعة طيبة، السعودية. منشورة.

87\_ نور الهدى بكاي. (2019). السيميائيات وصناعة الاشهار دراسة تحليلية في قناة الشروق الجزائري أنموذجا. مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه. جامعة زيان عاشور الجلفة. منشورة.

89\_ هدى رمضان النجار. (2016). الاغتراب النفسي وعلاقته بصورة الجسم والنظرة المستقبلية لدى مصابي عدوان 2014م على قطاع غزة. بحث استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحة الجسمية المجتمعية. كلية التربية، الجامعة الاسلامية غزة. منشورة.

#### ❖ الوثائق :

90\_ مريم عثمان. (2018). مطبوعة بيداغوجية في مقياس فرد وثقافة. مطبوعة خاصة بالتأهيل الجامعي. جامعة الشاذلي بن جديد الطارف.

#### ❖ المراجع الاجنبية :

91\_Désaulniers, K. (2011). La publicité dans un contexte diversité culturelle regards croisés QUÉBEC-FRANCE. Mémoire présenté à l'université du québec à trois rivières. Université du québec.

92\_goumri , s. s. (2009). l'impact de la publicité télévisée sur comportement du consommateur algérien le cas de la famille algérienne. mémoire de magister en sciences commerciales. économique des sciences de gestion et des sciences commerciales, L'université d'Oran Es-Sénia.

93\_Sarfraz, H. (1997). ALIENATION: A THEORETICAL OVERVIEW. Pakistan Journal of Psychological Research, 12.

❖ المواقع الإلكترونية:

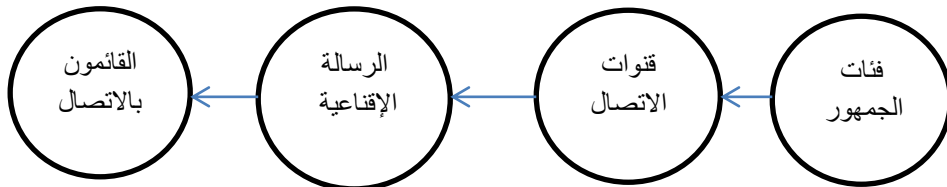
94\_علي حسن الشاطر. (2016). عقدة التراث في الثقافة العربية المعاصرة. تم الاسترداد من الرياض: <https://www.alriyadh.com/>. بتاريخ 2022/03/25.



الملاحق

## الملحق رقم (01): يمثل نموذج للاتصال الإقناعي

تحديد مزيج الاتصال الإقناعي وتشمل



مقاييس

دراسات عن:

- التغيرات البيئية
- التغيرات التسويقية
- المستهلكون
- الأشكال والوسائل الاتصالية

تحديد أهداف الاتصال الإقناعي

المستويات المستهدفة

إجراءات تصحيحية تطبق على المدخلات الجديدة

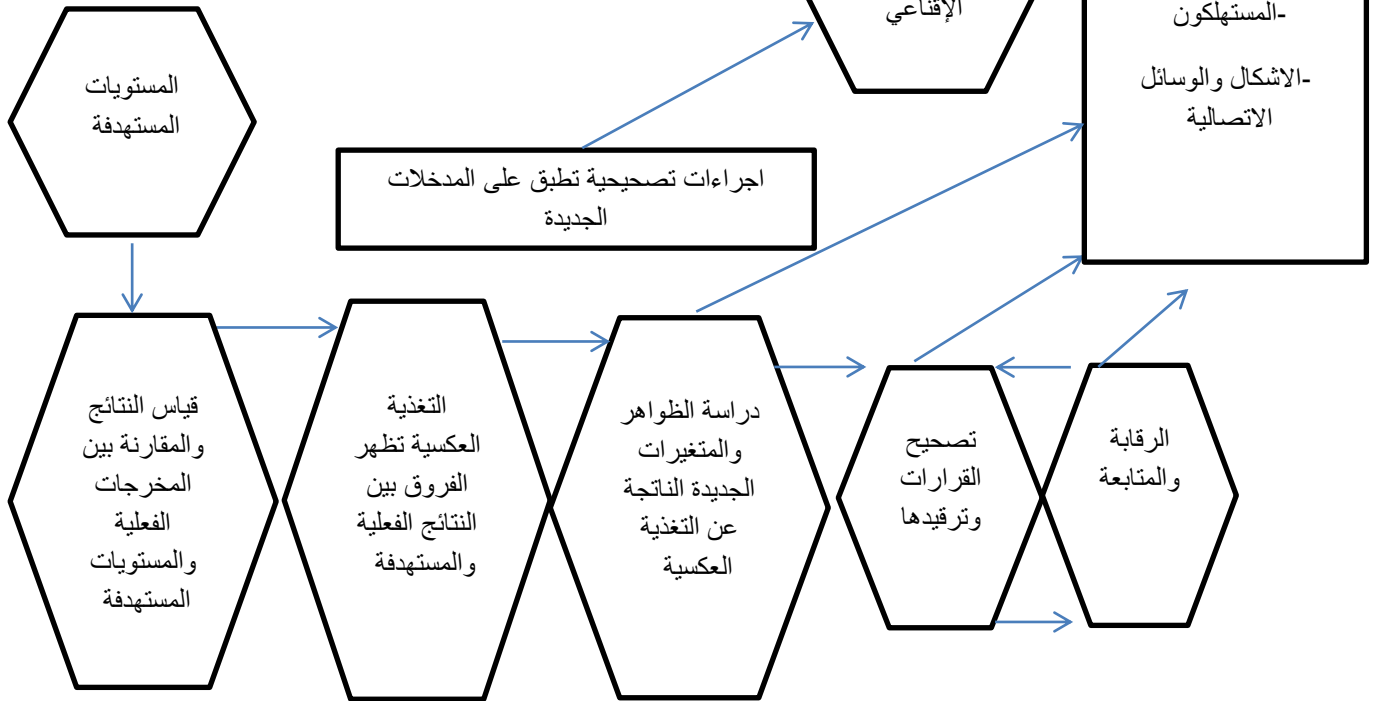
قياس النتائج والمقارنة بين المخرجات الفعلية والمستويات المستهدفة

التغذية العكسية تظهر الفروق بين النتائج الفعلية والمستهدفة

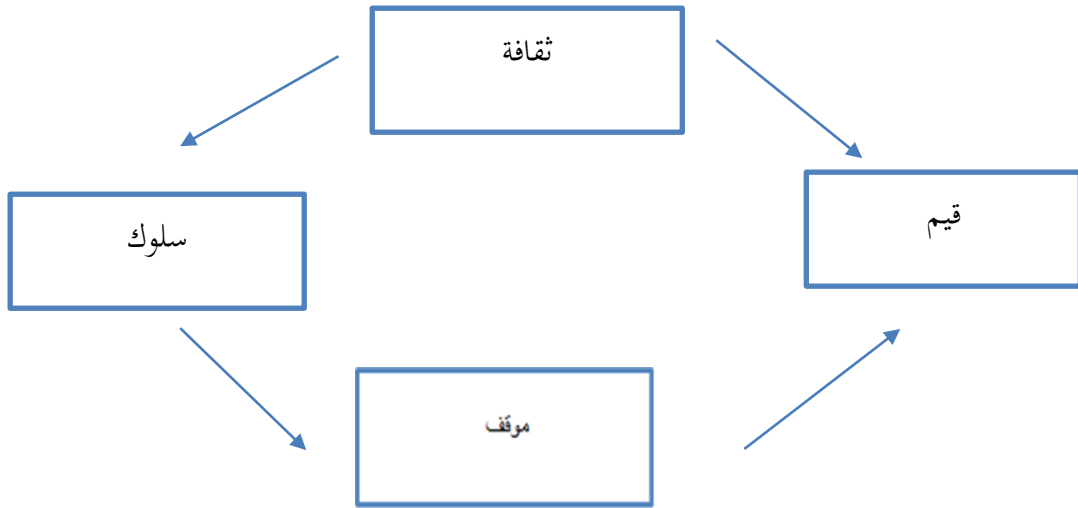
دراسة الظواهر والمتغيرات الجديدة الناتجة عن التغذية العكسية

تصحيح القرارات وترقيدها

الرقابة والمتابعة



ملحق رقم (02): مخطط يوضح تأثير الثقافة على السلوك والسلوك في الثقافة



الملحق رقم (03): استمارة تحليل المحتوى

فئات الشكل (كيف قيل):

1.1. فئة الزمن :

01:06 دقيقة

0:51 ثانية

0:51 ثانية

0:50 ثانية

0:31 ثانية

0:49 ثانية

0:47 ثانية

1.2. فئة اللغة المستخدمة في الإشهارات :

\*لغة عربية

\* لغة عامية

\* اللغة الفرنسية والانجليزية

\* المزج بين أكثر من لغة

### 1.3. فئة الأشخاص الفاعلين :

* اطفال	* رجل	* امرأة
* امرأة ومجموعة رجال	* رجل ومجموعة نساء	* رجل وامرأة
* مجموعة اصدقاء	* عائلة صغيرة	* عائلة ممتدة
		* اخرى تذكر

فئة اللباس

* ملابس اطفال	* لباس رسمي	* لباس عربي	* لباس عربي عصري
		* لباس رياضي عربي	* لباس تنكري

### 1.4. فئة الرموز (الانتماء لدول غربية) :

\* علامة ترمز لدول

\* ملابس لثقافة معينة

\* موسيقى غربية مع كلمات عربية او مختلطة

\* اكل وشراب لدول معينة

### 1.5. فئة شكل الشخصية :

\* الزومبي

\* شخصيات تشبه الكارتون

\* السارق

\* مروض الثور الاسباني

\* الشخصيات المشهورة

## 1.6. فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في الإشهارات :

\* مؤثرات صوتية بشرية

\* مؤثرات صوتية صناعية (اصوات الابواب، الآلات)

\* مؤثرات صوتية الطبيعية

## 1.7. فئة الموسيقى المستخدمة في الإشهارات :

\* الجاز

\* كلاسيكية

\* الروك

\* الجاز

## 1.8. فئة الاماكن (الديكور) :

\* تصوير داخلي

\* تصوير خارجي

## 1.9. فئات الكتابات باللغات الاجنبية على اللوحات والجدران :

\* لافتات

\* اسماء المواد والمنتجات

\* كتابات على الملابس

## 1.10. فئة الاغتراب عن العادات والتقاليد :

\* الرقص على الطريقة الغربية

\* نساء متبرجات بدون حجاب

\* رجال بقصات شعر عصرية

## 1.11. فئة الوسائل التقنية (انواع اللقطات) :

\*لقطة عامة

\*لقطة الجزء الكبير

\*لقطة الجزء الصغير

\*لقطة متغيرة

## 1.12. فئة زوايا التصوير :

\*زاوية منخفضة

\*زاوية مرتفعة

\*زاوية مستوية

\*زاوية مائلة

\*زاوية عين الطائر

## 2. فئات المضمون (ماذا قيل):

### 2.1. فئة الموضوع :

\*مواد غذائية

\*مواد التنظيف

\*خدمات

### 2.2. فئة قيم الاغتراب الثقافي التي تروج لها الإشهارات التلفزيونية :

\*اللمه والمرح      \*الاختلاط      \*الجرأة      \*التحرر

### 2.3. فئة اتجاه القيم :

\*قيم إيجابية (الصدقة - الاحترام - الجمال - صلة الرحم)

\*قيم سلبية (عدم الاحترام - الغضب - السرقة - التخويف - الشجار)

#### 2.4. فئة نمط الحياة :

\*التغير في عادات الطعام

\*العادات اليومية

\*وسائل الترفيه

\*دمج التكنولوجيا في الحياة

#### 2.5. فئة الاستمالات الإقناعية :

\*الاستمالات العاطفية

\*الاستمالات المنطقية

\*استمالات التخويف

الملحق رقم (04): صورة من إشهار قهوة اروما



الملحق رقم (05): صورة من إشهار قهوة اوسكار



الملحق رقم (06): صورة من إشهار مسحوق الغسيل لايف الجديد

