



الرقم: .....

مذكرة مقدّمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة

الماستر

تخصّص: لسانيات تطبيقية

خطاب العنف في الإشهار التلفزيوني الجزائري  
(نماذج مختارة)

مقدمة من قبل:

الطالب : صابر محمد

الطالب : نواورية محي الدين

تاريخ المناقشة: 2022 / 06 / 19

أمام اللجنة المشكلة من:

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
د. عبد الرحمان جودي	أستاذ محاضر أ	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	رئيسا
د. عمار بعداش	أستاذ محاضر أ	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفا ومقررا
أ. عبد الباسط ثمانية	أستاذ مساعد أ	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## كلمة شكر وتقدير

نحمد الله سبحانه وتعالى إليكم الذي منّ علينا بنعمة العقل والدين، وهو القائل في محكم التنزيل: "فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ"<sup>1</sup>.

وقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "مَنْ صَنَعَ إِلَيْكُمْ مَعْرُوفًا فَكَافِئُوهُ، فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا مَا تُكَافِئُونَهُ فَادْعُوا لَهُ حَتَّى تَرَوْا أَنَّكُمْ قَدْ كَافَأْتُمُوهُ"<sup>2</sup>:

وأيضا وفاءً وتقديرًا واعترافًا منا بالجميل والفضل الجزيل نتقدّم بجزيل الشكر للأساتذة الأفاضل المخلصين الذين لم يبخلوا علينا بأيّ جهد في مساعدتنا في مجال البحث العلميّ وفي دعمنا للوصول إلى نجاحنا، ولهم منّا خالص آيات الشكر وأسمى باقات التقدير على هذه المرافقة الطيّبة، لأنهم أصحاب الفضل في توجيهنا ومساعدتنا في تجميع المادّة البحثيّة، فجزاهم الله عنا كلّ خير وعن جميع الطّلاب، ولا ننسى أن نتقدّم بجزيل الشكر للدكتور: عمّار بعداش، الذي قام بتوجيهنا طوال فترة البحث هذه، وأخيرا نتقدّم بجزيل الشكر إلى كلّ من مدّ لنا يد العون والمساعدة في إعداد هذه الدّراسة على أكمل وجه، والحمد لله ربّ العالمين.

---

1 - سورة البقرة، الآية 152.

2 - الألباني، محمّد ناصر الدّين الألباني، إرواء الغليل، الجزء السّادس، حديث رقم 1617، إشراف: محمّد زهير،

المكتب الإسلاميّ، 1979، ص 60

# المقدمة

يُخَلَّف الخطاب الإشهاريُّ أثرًا حاسمًا اجتماعيًا ونفسيًّا؛ حين يقوم بالاستفراء بالمستهلك لتبليغ رسالة استهلاكيّة معيّنة ويوجّه رغباته مستعينًا بمختلف المؤثرات الصوّتيّة والبصريّة والجماليّة، فيضحى الإشهار سلوكًا اجتماعيًا واقتصاديًا وسياسيًا وثقافيًا وإعلاميًا ... ومما لاشكّ فيه أنّ الخطاب الإشهاريّ ميدانٌ خصب في مجال الدّراسات السّيميائيّة والنّقديّة، فهو علامة مميزة تحمل جانبا لسانيًا وآخر أيقونيًا مكوّنًا من عناصر أساسيّة متكاملة هي: الصّورة، والصّوت، والإشارات، والإيماءات، والموسيقى، والألوان. كما أنّ الوصلات الإشهاريّة تتيح أمام المتلقّي أن يُقبِلَ على كلّ شيء؛ الزّيف والحقيقة، الصّدق والكذب، الأمانة والخيانة، الحبّ والكراهة ...

تحمل الومضات الإشهاريّة مفارقات كثيرة، تدعو إلى التّفكير في حجم الهوة المتعلّقة بمفهوم هذا الخطاب من حيث جاء مباشرًا أو موحياً بإبطان، وهذا يعود إلى ارتباطاته بالبنية النّفسيّة والاقتصاديّة والثّقافيّة للأفراد والمجتمعات، سواء رضينا أو لم نرض، حيث جبروت الومضات الإشهاريّة لا تقف في وجهها مقتضيات الأخلاق بمفهومها الدّيني والإنسانيّ\*.

يحاصرنا الخطاب الإشهاريّ كلّ لحظة وكلّ حين، يطرق أبوابنا ليلاً نهارًا، في الحلم واليقظة، نستعمله بوعي أحياناً و دون وعي أحياناً أخرى؛ خطاب يتوسّل بكلّ الأدوات، يخاطب كلّ الحواس ويوظّف كلّ اللّغات والأشكال والأنظمة، وأخيراً وليس آخراً، يوظّف هذه الثّورة التكنولوجيّة في ميدان المعلومات وطرائق الاتّصال والتّواصل<sup>1</sup>.

ارتبطت بحوث الإشهار على مدار مئة عام بوسائل الإعلام في عمليّة التّسويق والتّرويج، بدءًا من مدرسة فرانكفورت التي تأسّست في عشرينيّات القرن الماضي تحديدًا عام: 1923، وأبرز مفكّريها "ثيودور أدورنو Theodor Adorno" و"هوركهايمر Max Horkheimer"

---

\* ملحوظة: استعمال مفهوم الإشهار التّلفزيوني مرادفا لمفهوم الومضة الإشهاريّة وذلك لتعدّد استعمالات هذا المفهوم، حيث يستعمل المشاركة مفهوم الإشهار التّلفزيوني للدّلالة على الومضة الإشهاريّة في حين نجد استعمالا مزدوجا للمفهومين في الكتب الأجنبيّة، وكلاهما يعني نفس الشّيء.

1- ينظر: عبد الرّحيم مودن - تقديمه للصّورة الإشهاريّة باعتبارها محوراً ليوم دراسيّ نظّمته مجموعة البحث في المعجم الأدبيّ عن الخطاب الإشهاريّ.، علامات، العدد 18، 2002، المغرب، ص 43.

وكتاهما: "جدلية التنوير"\*، الذي يعدُّ الإشهار صناعة وسلعة لخداع الجمهور، من خلال الشركات التي تختصّ بإنتاج أفلام السينما وبرامج الرّاديو وما تنشره الصّحف، والتلفزيون الذي جمع السّمعيّ والبصريّ، وأصبح أحد أهمّ الوسائل الإعلاميّة خلال العقود الماضية، ولا ينفكّ يشكّل وسيلة مهمّة من وسائل الاتّصال، وقد نشرت أبحاث من مراكز بحثيّة في الدّول الرّأسماليّة التي شهدت قفزات في الإنتاج الإعلاميّ مع تطوّرات اقتصاديّة هائلة اتّخذت من وسائل الإعلام أدوات كان لها كبير الأثر على الجمهور لصناعة سياسة أو ثقافة أو اقتصاد لتغيير اتّجاهات الرّأي العام.

إن سيميائية العنف في الومضات الإشهاريّة موضوع حديث على الرّغم من أنّ دراسة الخطاب الإشهاريّ تعدّدت، ولكن لم تتطرّق أي دراسة لهذا الموضوع، ولئن كان موضوع البلاغة البصريّة لم ير النّور إلا في غضون ستينيات القرن العشرين حين قام رولان بارت (Roland Barthes) بنشر مقاله الشّهير حول بلاغة الصّورة في مجلّة communication الفرنسيّة عام 1964، التي تتبني فكرة أساسها حول تمثيل الصّورة للواقع من خلال الدّال والمدلول والمرجع المستند إليه إثر عمليّة الإدراك والتّفسير من قبل المتلقّي على اعتبار أنّها تخلق بلاغة بصريّة من خلال السّرد الفيلميّ والرّموز والأيقونات والموسيقى والمؤثّرات الصّوتيّة وغيرها.

وهذا التّفكير هو الذي دفعنا إلى طرق الموضوع، خاصّة بعدما أثاره فينا الدّكتور بعداش، حين كتّا في ثنايا المحاضرة، فطرح على الحاضرين فكرة أن يكون العنوان الموسوم به رسالتنا "خطاب العنف في الإشهار التّلفزيّ الجزائريّ (نماذج مختارة)" محلّ بحث، فالتقطناها وجعلناها هدفا للدراسة على ما كان لدينا من تشوّق لخوض غمارها، محاولين من خلال هذه الدّراسة الإجابة عن إشكاليّة كبرى تمثّلت في:

---

\*- هناك حوار ممتع لمجلّة رحلة مع ماكس هوركهايمر.

<https://www.rehlag.com/story/max-horkheimer-frankfurt-school-critical-theory>

تاريخ التّصفّح: 2022/03/02 على السّاعة: 18:00

• ما أشكال خطاب العنف في الإشهار التّلفزيّ الجزائريّ ؟

تتفرّع عنها مجموعة من الإشكاليّات الفرعيّة، هي:

• ما مفهوم العنف في الخطاب، والعنف بالخطاب ؟

• ما الخطاب، وما الإشهار، وما الخطاب الإشهاريّ ؟

• ما المقصود بالعنف ؟ وما أشكاله ؟

• ما أحكام العنف والإشهار في ضوء القانون الجزائريّ ؟

وهذا محاولة منّا لمعرفة مكانة الإشهار التّلفزيّ، و إدراك مدى تأثر المتلقّي بالإشهار واستنكاه الفواصل الإشهارية العنيفة.

وللإجابة عن هذه الإشكاليّات، قمنا برسم هيكل كان على النّحو التّالي: مقدّمة، يليها مدخل، وفصل أوّل تناولنا فيه الجوانب النّظرية للدراسة، حيث عرّجنا في المدخل على العنف في الخطاب وبالخطاب، كما خصّصنا الكلام عن العنف في الجزائر بين المقاربة التّاريخيّة والمقاربة الأنثربولوجيّة، بينما تكوّن الفصل الأوّل من ثلاثة مباحث؛ فكان الأوّل مخصّصًا للنّشأة والمفاهيم، أمّا الثاني لخصائص الخطاب الإشهاريّ، والمبحث الأخير للعنف والإشهار في القانون الجزائريّ، وفصل ثانٍ تطبيقيّ أبرزنا من خلاله تجلّيات العنف ومظاهره في الخطاب الإشهاريّ التّلفزيّ الجزائريّ من خلال استحضار بعض النّماذج.

لنختم بحثنا بخاتمة استعرضنا فيها أهمّ التّنائج التي توصلنا إليها، وبعض التّوصيات المقترحة، معتمدين في ذلك كلّه على المنهج الوصفيّ التّحليليّ الذي استدعته طبيعة الموضوع، بكل وسائله وإجراءاته التي يعتمدها كالملاحظة والتّسجيل.

هذا ولا يمكن إغفال بعض الصّعوبات التي اعترضت مسار هذا البحث والتي من أهمّها: كثرة المراجع المتناولة للموضوع وتشعب الآراء حوله، دون الغوص في لبّه أو النّظر إليه من هذه الزّاوية، ناهيك عن كون أغلبها أجنبيّة غير مترجمة، ما أدّى إلى صعوبة ضبط الموضوع وجمع مادّته.

لكنّنا تجاوزناها بفضل الله ثمّ بفضل بالاستعانة بجملة من المصادر والمراجع التي نذكر

منها: كتاب "الإعلان" لعليّ رفاعة، و "دور الإعلام في التّسويق السيّاحي" لمصطفى عبد القادر، و "إدارة الإعلان" لعليّ السّلمي، و "الاتّصال التّسويقيّ" لفريد كورتل، وكدراسات سابقة نذكر دراسة: فايضة عثمان: ظاهرة العنف في الرّواية الجزائريّة من 2000 إلى 2013 مقارنة بنيويّة

تكوينية، جامعة مصطفى اسطنبولي، معسكر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير. لكن الدراسة التي قامت بها كانت متعلقة بالعنف في الرواية الجزائرية لا في الإشهار، أما فيما يخص هذا الأخير فنذكر دراسة: سليمة دلول: الخطاب الإشهاري في المحيط العمراني لمدينة باتنة، جامعة العقيد الحاج لخضر، باتنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، غير أنّها تطرقت إلى الخطاب الإشهاري بصفة عامة ولم تختص بمظاهر العنف فيه، هذا وأنها اقتصرت على الإشهارات التي يتعرض لها المواطن الباتني فقط دون غيره من الجزائريين.

وعلى العموم؛ فهذه الدراسات السابقة ماهي إلا عامل محفز، ومنطلق للبحوث العلمية، حيث تسهم في جمع المصادر والمراجع، فتقدم بذلك أرضية صلبة للباحث يمكنه البناء عليها، و نرجوا أن يكون هذا البحث أشدّ صلابة من سابقه، لبناء دراسات أخرى أكثر نضجًا، فهذا الميدان لا يزال غضًا طريًا وبحرا مجهول الأعماق، يحتاج لمن يغوص فيه لاكتشاف أسراره.

وأخيرا لا يسعنا إلا أن نتقدم بخالص عبارات الشكر والتقدير لكل من احتضن هذا العمل، وساهم في إنجازه من قريب أو من بعيد، بدءًا بالأستاذ المشرف الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته، مرورًا بكل من ساعدنا من أساتذة قسم اللغة والأدب العربي، وصولا إلى كل أفراد عائلتنا، فإن أصبنا فبفضل الله عز وجل وحده، وإن أخطأنا فمن أنفسنا ومن الشيطان.

- وما التوفيق إلا من عند الله-



# المدخل

مفاهيم أولية

## أولاً: العنف في الخطاب وبالخطاب.

يختلف الخطاب إبستمولوجيًا في الثقافة الغربيّة، وهذا الاختلاف تبدّى لدى الباحثين في تحليله والنظر إليه بدءًا من الثقافة اليونانيّة، التي عدّته جزءًا من اللوغوس، مرورًا إلى القراءات الفلسفيّة الغربيّة التي مرّت بمراحل زمنيّة في تناوله مفهومًا ومصطلحًا، انتقاليًا إلى دراسات متنوّعة المرجعيّات والمنهج، وقوفاً عند الدّراسات الحديثّة، التي تداخل فيها مفهوم الخطاب مع مفهوم النّص، وبهذا يمكن أن تتفتّق فضاءات عديدة في تحليله.

إنّ العنف من الظواهر والحقائق التي لا يمكن تجاهلها أو إنكارها، فهو ظاهرة موعلة منذ الوجود البشريّ على الأرض، فأول جريمة عنف عرفها التّاريخ الإنسانيّ في قصّة ابنيّ آدم؛ قصّة "هابيل" "قابيل" تروي تفاصيل أوّل جريمة قتل يرتكها الإنسان على وجه الأرض بعد هبوط آدم وحواء من الجنّة" في قول الله تعالى: { وَاتْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ ابْنَيْ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَانًا فَتُقُبِّلَ مِنْ أَحَدِهِمَا وَلَمْ يُتَقَبَّلْ مِنَ الْآخَرِ قَالَ لَأَقْتُلَنَّكَ قَالَ إِنَّمَا يَتَقَبَّلُ اللَّهُ مِنَ الْمُتَّقِينَ \* لَئِن بَسَطْتَ إِلَيَّ يَدَكَ لِتَقْتُلَنِي مَا أَنَا بِبَاسِطٍ يَدِيَ إِلَيْكَ لِأَقْتُلَنَّكَ إِنِّي أَخَافُ اللَّهَ رَبَّ الْعَالَمِينَ \* إِنِّي أُرِيدُ أَنْ تَبُوءَ بِإِثْمِي وَإِثْمِكَ فَتَكُونَ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ وَذَلِكَ جَزَاءُ الظَّالِمِينَ \* فَطَوَّعَتْ لَهُ نَفْسُهُ قَتْلَ أَخِيهِ فَقَتَلَهُ فَأَصْبَحَ مِنَ الخَاسِرِينَ \* فَبَعَثَ اللَّهُ غُرَابًا يَبْحَثُ فِي الْأَرْضِ لِيُرِيَهُ كَيْفَ يُؤَارِي سَوَاءَ أَخِيهِ قَالَ يَا وَيْلَتَا أَعَجَزْتُ أَنْ أَكُونَ مِثْلَ هَذَا الْغُرَابِ فَأُؤَارِيَ سَوَاءَ أَخِي فَأَصْبَحَ مِنَ النَّادِمِينَ }

[المائدة: 27-31]

استقبل التّاريخ البشريّ هذه الجريمة ولاحظ الإنسان أنّ استمراريّة بقائه تعتمد على القتل، وهو أوّل خطاب عنف على وجه البسيطة، بل هو أوّل كلمة عنف وأوّل صورة عنف. نعم؛ أوّل صورة قتل في المخيال الإنسانيّ ماثلة في ذهنه على ما جرى بين أخوين.

ويعدّ العنف من أبرز المواضيع التي تناولها الأدباء على مرّ العصور" فهناك من يعدّه مُحركًا للأعمال الأدبيّة، فالأبطال في الحكايات والأساطير، دائما لهم قدرات كبيرة على البطش بأعدائهم وهذا ما خلّده الأعمال الفنيّة الكبرى في تاريخ البشريّة"<sup>1</sup>.

إنّ لغة الخطاب المستخدمة بين النّاس هي مرآة عاكسة لـ"الصّورة الحضاريّة" للمجتمع في تلك الحقبة، فهي انعكاس مباشر لمنظومة القيم السّائدة في المجتمع، كما أنّها تعكس اتّجاه المجتمع وأخلاقه ومدى التّربية والتّعليم للطّبقة المتحكّمة و المتصدّرة للمشهد الخطابي، حتّى إنّنا إذا فتّشنا داخل معجم مفردات الخطاب المستخدم لدى الطّبقة السّياسيّة، والثّقافيّة والعلميّة في إنتاجها يمكن من خلال ذلك معرفة مدى صعود الخطاب أو هبوطه داخل منحنى العنف.

وفي الحقبة الأخيرة، تدهورت لغة الخطاب ، وهبط مستوى المعارك النّخبويّة من كلّ التّيّارات إلى مستوى بالغ الإسفاف من العنف الخطابيّ المتبادل الذي صار مرئيًّا، ومقروءًا، ومسموعًا، على شاشات الفضائيّات وصفحات الصّحف، وما تمطرنا به غالبية وسائل الإنتاج، سينمائيًّا كان أم دراميًّا أم غنائيًّا، والذي صار مترعا بالتّدني، والصّفافة ...

لقد أضحى العنف التّيمة الأساسيّة في الكثير من الأعمال الأدبيّة الغربيّة والعربيّة منذ أقدم العصور، ولا تنفك الصّورة ترسم البيئة التي تنتهي إليها بحيثيّاتها الكامنة فيها، " لقد أثارت النّصوص التّأسيسيّة مسألة العنف والقتل هذه، وحملتها مضامينًا وأبعادًا تختلف من نصّ دينيٍّ إلى آخر باختلاف السّيّاقات الموظّفة فيها، والخلفيّات الكامنة وراءها "<sup>2</sup> ثانيا: العنف في الخطاب وبالخطاب في الجزائر:

يعتقد فولن – Wolin " : أنّ الإنسان هو الممثل الوحيد لعالم الحيوان الذي يلجأ إلى العنف، لكنّه الوحيد الذي ابتكر مجموعة كبيرة من مناهج ووسائل العنف و كذلك نظاما بارعا لاستخدامها بهدف السّيطرة على الآخرين و ضبط سلوكهم الاجتماعيّ، كما استطاع

1 - فايّزة عثمان، ظاهرة العنف في الرواية الجزائريّة من 2000 إلى 2013، مقارنة بنيويّة تكوينيّة، جامعة مصطفى اسطنبولي، معسكر، شهادة ماجستير، 2015-2016، ص 20.

2 -حسن العمران: العنف والمقدّس والحقيقة، مؤسّسة دراسات وأبحاث، الرباط، المملكة المغربيّة، 2015، ص 61.

الإنسان ابتكار نظام بارع من القيم الدينيّة والمبادئ السياسيّة و الخرافات التي شرّعت العنف و برّرت استعماله بشقّى الوسائل، و على مرّ العصور وبمساعدة الإيمان والأفكار المسبقة التّقليديّة والمعتقدات المنطقيّة ساترة ببراعة كلّ الجوانب المظلمة، والخسارة التّاجمة عن استعمال العنف.<sup>1</sup>

### ➤ العنف في الجزائر بين المقاربة التّاريخيّة والمقاربة الأنثربولوجيّة\* :

يمتلئ تاريخ الجزائر بالمجابهات والحروب والصّراعات، وما حدث في أواخر القرن المنصرم بما يُعرف بالعشريّة الحمراء، حيث امتزج فيها العنف بالسياسة والدين.

الاستعمار الفرنسيّ مارس عنفا شديداً على الجزائريّين إبّان احتلاله للبلاد، وازدادت ضراوة ذلك العنف مع اندلاع ثورة التّحرير، وابتكر الفرنسيّون أساليب تعذيب غير مسبوقة في التّاريخ، حتّى أنّها أصبحت مرجعاً بالنّسبة للأنظمة الديكتاتوريّة، خاصّة في أمريكا اللّاتينيّة، حيث تدرس تلك الأساليب ضمن مناهج دورات التّحقيق.

تركت التّجربة الاستعماريّة آثارا بالغة على الجزائريّين، مازالت جراحها مفتوحة إلى اليوم، ولعلّ دراسات فرانز فانون **Frantz Fanon** \* أكّدت علميّا أنّ الاستعمار خلّف أمراضاً نفسيّةً وعقليّةً رهيبَةً في الجزائريّين أثناء الحرب وما بعدها.

وأكّدت ذلك التّقارير الأمنيّة وغيرها من التّحليلات الصّادرة عن منظمات مدنيّة وحكوميّة، فالجزائر سجّلت في 2019 حسب تنظيمات مدنيّة مهتمّة بالأطفال 9 آلاف اعتداءً جنسيّاً على الأطفال، وأحصت الرّابطة الجزائريّة للدّفاع عن حقوق الإنسان 20 ألف اعتداءً على الأطفال والنّساء في 2018، وهي أرقام لم تكن تسجّلها الجزائر في القرن الماضي، وتزداد

---

1- , W MACKENZIE : POUVOIR, VIOLENCE D ECISION , ED ,P.U.F PARIS , 1979 P-P, 125-130

\* -تصوّر سوسيوولوجي حول مفهوم العنف في سياقه الجزائريّ؟ سؤال ارتكز عليه كتاب " La violence en Algérie: Comprendre son émergence et sa progression" للباحث الجزائريّ محمود بودارن، حيث تعدّ ظاهرة العنف نتيجة تراكم عوامل تاريخيّة سياسيّة واجتماعيّة وثقافيّة ونفسيّة، ما زالت إلى اليوم بعيدةً عن أعين الباحثين.

\* -ولد فرانز فانون عام 1925 في جزر المارتنيك الخاضعة للإحتلال الفرنسي وتوفي عام 1961 وتم دفنه في الجزائر حسب وصيته.

سنويًا في الألفية الجديدة، وحسب تقارير حقوقية وصحفية، فإنّ الجزائر شهدت في السنة الأخيرة خاصّة في فترات الحجر الصحيّ بسبب جائحة كورونا ارتفاعاً في حوادث العنف الأسريّ، والتي كان ضحيتها الأولى الأطفال والنساء.

يُرجع المنسق الوطنيّ للمنتدى المدنيّ للتغيير عبد الرّحمان عرعار، الذي يرأس الشبكة الجزائرية للدّفاع عن حقوق الطّفل "ندى"، سبب تضاعف ظاهرة العنف بالمجتمع الجزائريّ إلى الخلل الذي مسّ منظومة التّنشئة في الجزائر.

وقال عرعار لـ "الترا جزائر"، إنّ: "الانحراف نحو العنف يلاحظُ اليوم داخل الأسرة والمدارس وبمختلف الفضاءات العموميّة حتّى بالمؤسّسات الثقافيّة والترفيهيّة، والذي يصاحبه ضعف منظومة التّنشئة، وكذا عدم الاستثمار في الموارد البشريّة والبرامج المرتبطة بالتنمية المستدامة".<sup>1\*</sup>

وقد حدّر البروفيسور سليمان مظهر، من تحوّل العنف الاجتماعيّ في الجزائر إلى عنف مسلح، موضّحاً أنّ هذا الأخير يعدّ أخطر أشكال العنف التي عرفها المجتمع الجزائريّ المعاصر، فيما شدّد على ضرورة أخذ الظاهرة على محمل الجدّ من قبل المسؤولين، وإعداد دراسات علميّة وافية لفهمها بهدف إيجاد حلول لها.\*

ولقد نظّمت جامعة آكلي محنّد أولحاج-البويرة- الملتقى الوطنيّ الأوّل حول (العنف والإجرام في الأحياء السّكنيّة؛ الواقع، التّشخيص وأساليب المواجهة) يوم 23-24 ماي 2022

---

1 - ينظر: العنف في المجتمع الجزائريّ.. تراكمات اجتماعيّة واقتصاديّة وسياسيّة... بتاريخ 19 أوت 2021، <https://ultraalgeria.ultrasawt.com> تاريخ التّصفح: 2022/04/03 الساعة: 19:22

\* وفي هذا الصّدّد أشار المختصّ في علم الاجتماع الأستاذ محمّد بودمين إلى أنّ أعمال العنف تتواجد في المجتمع نتيجة (إضافات مصطنعة) في البنى الاجتماعيّة، والتي لم تنشأ من صلب المجتمع، الأمر الذي يؤديّ إلى ظهور الكثير من الظواهر الباثولوجيّة في المجتمع ومنها ظواهر العنف والتخريب، وكذا الحركات الاحتجاجيّة. وأكّد في مداخلته بعنوان (حفريات في تضاريس مفهوم العنف) أنّ العنف له معنى لا مرئيّ لأنه يقول ما لا يظهر.

\* - يشار إلى أنّه تناول علماء الاجتماع الجزائريّين ظاهرة العنف -في المجتمع الجزائريّ طبعاً- ننوّه إلى مساهمات أبرزها التي قام بها البروفيسور سليمان مظهر -رحمه الله- وهو مختصّ في علم النّفس الاجتماعيّ. كتابه المعنون ب: La Violence Sociale En Algerie الصّادر سنة 1999 عن دار النشر "تالة" (Thalla).

وكان من أهدافه : الكشف عن أشكال وخصائص وتأثيرات وعوامل العنف وكذلك سبل وآليات دولية ووطنية للوقاية من العنف.<sup>1\*</sup>

يخصّ الأمر كذلك الخطاب في الصحافة المكتوبة أو المرئية، الوطنية أو الدولية، فإنّ صور العنف والدّماء و أخبار قتل الأطفال و الاعتداء على النساء أصبحت أكثر قرباً من المواطن، وقرّبت معها العنف الذي تتداوله و جعلته متقبلاً، و أفقدتنا حتّى إحساس التعاطف مع ضحاياه. وحتّى وسائل التّواصل الاجتماعيّ و الأنترنت؛ إضافة لكونها ساهمت بتشجيع حرّية التّعبير فكانت منبراً لمن لا منبر له، إلا أنّها كانت أيضاً بوقاً نفخ فيه المتطرفون للنّشر والتّرويج لخطاب العنف و الكراهية ضدّ الأفراد أو المجموعات التي تخالفهم الرّأي أو الانتماء، و تمّ استخدامها لشحن مجموعات ضدّ أخرى بإثارة الغرائز الدّينية و السّياسية و بنشر معلومات و شائعات مغلوبة لتأجيج مشاعر الكراهية، وما عرفته منطقة غرداية من أحداث في عام 2015، والتي راح ضحيّتها 22 شخصاً و خلّفت عشرات المصابين، وكذلك ما حدث العام الماضي (2021) في منطقة القبائل، حيث اتّهم نحو 90 شخصاً بقتل و حرق جمال بن إسماعيل. و إن كانت أسبابها عديدة، إلا أنّ وسائل التّواصل الاجتماعيّ ساهمت في تأجيجها، و هو مثال عن تحوّل هذا الخطاب من القول إلى الفعل.<sup>2</sup>

الأخطر أنّه سواء تعلق الأمر بمواطنيّن بسيطيّن يتناقشان حول موضوع يختلفان فيه الرّأي، أم حتّى يكفهما أن يكونا من مجموعتين مختلفتين، يعلّقان على موضوع ما على شبكات التّواصل الاجتماعيّ، أم خصمين سياسيين في حوار تلفزيونيّ فالأسلوب غالباً ما يكون نفسه، فنادراً ما يكون النقاش ودّيّاً يسوده الاحترام المتبادل رغم الاختلاف، بل كلّ فريق يدّعي امتلاك واحتكار الحقيقة المطلقة و يزدري الآخر و يتهمّ عليه و على أفكاره.

1 - ينظر: [https://twitter.com/rehab\\_prof/status/1496607358012866567](https://twitter.com/rehab_prof/status/1496607358012866567)

تاريخ التّصفح: 2022/05/24 الساعة: 18:15

\* ويجدر التّويه إلى أنّ هذا الملتقى تزامن مع قيام طالب أمريكيّ بقتل 21 زميلاً في المدرسة مما اضطرّ رئيس أمريكا للقول: يجب دراسة أسباب العنف ووضع آليات للوقاية من العنف.

2- الحوار المتمدن، العدد: 5282 - 11 / 9 / 2016

تاريخ التّصفح: 2022/02/04 الساعة: 06:20 <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=530934:11>

# الفصل الأول

العنف في الخطاب الإشهاريّ:

نشأته ومفهومه وخصائصه وأشكاله وأحكامه

القانونيّة.

● النشأة والمفاهيم.

● خصائص الخطاب الإشهاريّ.

● العنف والإشهار في ضوء القانون الجزائريّ.

## توطئة:

يَحْتَجُّ الخطاب الإِشْهاريّ حياتنا اليوميّة بصوره في مختلف المجالات: السياسيّة والاقتصاديّة والثّقافيّة ... في الشّوارع والمواقع الإلكترونيّة والقنوات الفضائيّة حتى كاد هذا الخطاب الإِشْهاريّ يستفزّ حواسنا، فما هي الأهداف الكبرى للخطاب الإِشْهاريّ؟ وما هي المكوّنات التي يرتكز عليها؟ وما هي الوسائل الاحتجاجيّة التي يعتمد عليها؟ وما هي خصائصه ومميّزاته اللّغوية؟

يُعدّ الخطاب الإِشْهاريّ مؤسّسة ذات بعد تواصليّ غايته التّأثير في المتلقّي وتوجيه الرّأي عبر مجموعة من التّقنيات المستمدّة من حقول فنيّة ومعرفيّة أخرى كالأدب والفصاحة والسياسة ... ممّا يشترط في المحلّل للخطاب الإِشْهاريّ التّزوّد بالزّاد النّظريّ المتين والمنهج العلميّ الدقيق حتى يتمكّن من كشف خباياه والوقوف على أدقّ المميّزات والآليات والمكوّنات بعيدا عن السّطحية.

إنّنا نعيش في عالم يغزوه الاتّصال وتملؤه الرّغبة في التّواصل وصهر المسافات، والإشهار جزء لا يتجزأ منه، بل إنّ أبرز مكوناته، فنحن عرضة لأزيد من 500 رسالة إخبارية في اليوم الواحد.<sup>1</sup>

كل فعل تواصلي يعتمد عقدا يحدّد هويّة شركائه وغاياته وموضوعه والوسيط الذي يستخدمه، يقول باتريك شارودو (Patrick Charaudeau): أنّ عقد الاتّصال يتشكّل في فضاء من الإكراهات، وآخر من الاستراتيجيات، ف"الإكراهات" تمثّل شروطا لا يمكن أن يتجاوزها الشّركاء حتى لا يتعدّر عليهم التّواصل؛ و"الاستراتيجيات" تمثّل مختلف أنواع التّشكيلات الخطابيّة المحتملة التي يعتمد عليها الموضوع الاتّصالي، لأجل الوفاء بشروط العقد وتحقيق منظوراته الخاصّة<sup>2</sup>؛ ولا يخرج "الخطاب الإِشْهاريّ" عن قاعدة شارودو في عمومها.

<sup>1</sup>- Valérie Presselin, « Lire la publicité », Consulté le 15/04/2007 Sur : www.lettre.ac-versailles.fr

<sup>2</sup>- Cf: Charaudeau, Patrick; Cité par: Lugin, Gilles; Ibid; Généricité et intertextualit P 81.



## المبحث الأول: النشأة والمفاهيم

### المطلب الأول: النشأة

يحتجّن الخطاب الإشهاريّ الأنماط التّواصلية أو يكاد في وقتنا الرّاهن، ولذلك يولى أهميّة كبيرة من المجتمعات المختلفة باختلاف توجّهاتهم، ومن ذلك المجتمعات المتقدّمة التي تهتم بالصّناعة والاقتصاد. لكنّ نشأة الخطاب الإشهاريّ موعلة في التّاريخ.

#### 1- ما قبل الميلاد:

قبل أن نتوغّل في التّاريخ، وجب التّنويه إلى أنّ في القرآن الكريم صورًا مختلفةً من الإشهار، منها ما كان من الشّيء الحسن، ومنها ما كان من الشّيء الخادع، ومن هذا الأخير ما حدث قديمًا، حين خدع إبليسُ آدمَ، فذكر الله ذلك في كتابه العزيز فقال: {فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبْلَى} طه الآية 120، فهذا إخبار من الله تعالى بما حدث بينهما من خطاب إشهاريّ، حيث أشهر وأعلن إبليس عن بضاعة؛ وهي الشّجرة المحرّمة، وصور لنا القرآن كيف خدع آدم بهذا العرض<sup>1</sup>.

يقول الإمام السّعدي رحمه الله تعالى: فلم يزالا ممتثلين لأمر الله -يقصد آدم وحواء، حتّى تغلغل إليهما عدوّهما إبليس بمكره، فوسوس لهما وسوسة خدعهما بها، وموّه عليهما وقال: { مَا نَهَاكُمَا رَبُّكُمَا عَنْ هَذِهِ الشَّجَرَةِ إِلَّا أَنْ تَكُونَا مَلَكَيْنِ } أي: من جنس الملائكة { أَوْ تَكُونَا مِنَ الْخَالِدِينَ } الأعراف الآية 20، كما قال في الآية الأخرى: { هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبْلَى } طه الآية 120.

وتشير الدّراسات إلى أنّ الإشهار موعّل في التّاريخ حيث يعود إلى ما اكتشف في الحفريّات من رسوم وكتابات، هذه الدّراسات تعتبر أنّ أوّل ظهور للإشهار يعود إلى ثلاثة آلاف سنة قبل الميلاد.

1 - يُنظر: عطية سليمان أحمد، الإشهار القرآني و المعنى العرفاني في ضوء التّظريّة العرفانيّة والمزج المفهومي والتّداوليّة: سورة يوسف أنموذجا، الأكاديميّة الحديثة للكتاب الجامعي، 2015.

2 - تيسير الكريم الرّحمان في تفسير كلام المنان، تح: عبد الرحمان بن المعلّ اللّويحق، دار السلام للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص320.

وجد علماء الآثار في العراق نشرات ترجع إلى حوالي ألف وثمانمائة سنة قبل الميلاد، تُرشد الزراع إلى كيفية بذر محاصيلهم ورّبها وعلاجها من الآفات، تشبه إلى حدّ كبير النّشرات الفلاحية والتي تُوجّه عادة في المواسم إلى المزارعين.<sup>1</sup>

وكان الإغريق يُعلّقون خارج حوانيتهم اللافتات التي تحمل أخبار بضائعهم، ويرسل قدماء المصريين المنادين بالتّداء في الأحياء عن سلعهم وبضائعهم.

مع العلم أنّ الإشهار المكتوب الذي عُرف لأول مرة هو إشهار مصريّ مسجّل على قطعة من ورق "البردي" يرجع تاريخها إلى 1000 عام قبل الميلاد كتبها أمير مصريّ يُعلن فيها عن مكافأة لمن يرُدُّ له عبده الذي هرب منه، كذلك وجدت في حظائر مدينة "بومي" بإيطاليا بعض الإشهارات المكتوبة على ورق "البرديّ" عن أشياء معروضة للبيع أو عن مكافأة لمن يقبض على بعض مرتكبي الجرائم والسّرقات، ومن الطّبيعي أن تكون نشأة الإشهار قديما تتم بطرق لا تتعدّى الضّرب بالطّبول أو إطلاق المناديين الذين يُؤدّنون النّاس بقدم التّجارة، وقد يلجأ البائع نفسه إلى الإشهار عن بضاعته بصوته.<sup>2</sup>

وهنا نشير أن ما كُتب عن "أرخنة" الإشهار ليس بمعزل عمّا اكتشف بموقع "عين بوشريط" في منطقة "عين الحدش" بولاية سطيف شرقيّ الجزائر في 2 ديسمبر 2018، من قبل علماء أثريّين من الجزائر وأستراليا وإسبانيا وفرنسا، حيث اكتشفوا أدوات وأحجاراً مصقولة وبقايا عظام حيوانات عمرها مليونين و400 ألف عام.

وقال فريق البحث إنّ عمر الأدوات الحجريّة وبقايا عظام الحيوانات المكتشفة يبلغ مليوني وأربعمائة ألف سنة، بحسب دراسة نشرتها مجلّة "science" العلميّة الأمريكيّة. وتتمثّل الأدوات في حصى مهيّأة وكرويات ونويّات ومكاشط وشظايا ذات حوافّ حادّة استخدمت في تقطيع الكتل الحيوانيّة تشبه الأدوات الحجريّة المكتشفة في موقع "غونا" بإثيوبيا، وتفيد الدّراسة بأنّ هذا الموقع يمثّل أقدم تواجد بشريّ في شمال إفريقيا، وثاني أقدم تواجد بشريّ في العالم بعد موقع "غونا" الإثيوبي (مليونان و600 ألف سنة).\*

1- الأنصاري، علي رفاعة، الإعلان، ط1، دار التّهضة الحديثة، القاهرة، 1965، ص 6.

2- مصطفى عبد القادر، دور الإعلام في التّسويق السّياعي، ط1، مجد المؤسسة الجامعيّة للدراسات والنّشر والتّوزيع، بيروت، 2003، ص 19.

\* توجد صور أثرية ينظر الموقع: [Science.sciencemag.org](http://Science.sciencemag.org)

ولا نستثنى بقيّة الحضارات القديمة (آشورية وبابلية وغيرها) التي تركت شواهد تاريخية تدلّ على وجود صيغ معينة لـ"الإشهار"، تؤكّد بأنّ البشرية استغلّته وفق الوسائل المتاحة في كلّ عصر.

## 2- ما بعد الميلاد:

مع انتشار الصّحف والمجّلات بدأت الإشهارات الصّريحة عن السّلع الغذائيّة وأنواع المشروبات في الظّهور على صفحات الجرائد والمجّلات الإنجليزيّة اعتباراً من سنة 1657م، حيث ظهرت إشهارات الشّاي والبنّ والكاكاو وعلى أنّها تشفي من الأمراض والآلام، ويرجع إنشاء أوّل وكالة إشهارية للفرنسيّ تيوفراست رينودو **Théophrast Renaudot** عام 1630، وفي عام 1876 صدر أوّل إشهار في جريدة الأهرام الذي جاء في الصّفحة الثّالثة من العدد الأوّل تحت عنوان كلمة إشهار، وهو عن افتتاح مكتب للترجمة، وتكرّر هذا الإشهار حتى نشر إشهار آخر في العدد الثّامن لها في 23 سبتمبر 1876، وكان عن شركة التّأمين، ثم تطوّر الإشهار فيها فتضمن بعض الرّسوم والصّور أو العلامات التّجارية، وكانت الأهرام في هذا سابقة لغيرها من الصّحف المصريّة.<sup>1</sup>

إذا كان القرن السّابع عشر قد دشّن عهد "الإعلانات التّحريرية"، فإنّ هذه الإعلانات كما يقول جيل لوغران (Gilles Lugin) لم تمتلك معناها بما هي: "رسالة موجّهة لها ثمن يقدر بالمساحة التي تحتلّها على الصّفحة"، ذلك لأنّها كانت تمثل خدمات يتوجب على الصّحيفة تقديمها لمُشركيها.<sup>2</sup>

لم يلبث القرن العشرين أن وطّد الأسباب لميلاد ما يعرف بـ"مجتمع الاستهلاك الشامل" (la société de consommation de masse)، فتحدّدت معالم الإنتاج الصّناعي التسلسليّ الذي استغلّ تحوّل العلاقة بين الإعلامي والمعلن، بمثل ما استغلّ منتجات التّكنولوجيا مثل "الإذاعة" و"التلفزيون" و"أنترنت"، لتتحوّل "العلامات الكبرى" عبر مختلف الوسائط إلى "كيانات مجرّدة" ثابتة في المخيال العام.<sup>3</sup>

1 - مصطفى عبد القادر، دور الإعلام في التسويق السياحي، ص 23.

2 - Cf: Bargiel, Réjane et Zagrodzki, Christophe Le livre de l'affiche; Musée de l'affiche et de la publicité)France( ; Editions Alternatives; 1985; P12.

3 - علي السّلي، إدارة الإعلان، ط1، دار المعارف، القاهرة، 1967، ص 31.30.

الخطاب الإشهاريّ كان حاضرا ومرافقا تاريخ الأمم والحضارات؛ وتطوّر حتى صار إلى ما صار إليه في الوقت الراهن رافدا من روافد الصّناعة والاقتصاد .

الخطاب الإشهاريّ تطوّر بعوامل عدة ساعدت في وصوله إلى المكانة التي هي عليه اليوم، حيث يصرف عليه مليارات الدّولارات بغية تسويق السّلع والخدمات. ومن أبرز العوامل التي ساعدت الإشهار في تطوّره هي:

(أ) ازدياد معدّل التّصنيع وارتفاع حجم الطّاقة الإنتاجيّة والاستهلاكيّة للمجتمع، وبروز ظاهرة السّوق الكبير الذي يحوي أعدادًا هائلة من مختلف البضائع والسّلع.

(ب) استمرار تراكم التطوّر الفنيّ والتكنولوجيا والذي أسهم في زيادة القدرة على إنتاج العديد من السّلع والمنتجات الجديدة، وهذا استدعى ضرورة رسم خطط تسويقيّة وإعلانيّة متطوّرة لترويج مبيعاتها.

(ج) ارتفاع مستوى التّعليم والثّقافة لدى الأفراد و المجتمعات واشتداد حدّة التّنافس الاقتصاديّ والحضاريّ بين الأمم.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: المفاهيم

اكتفينا بما اكتفينا به من ذكر تعاريف قليلة على توافر وكثرة التعاريف الوضعيّة وحتى الاصطلاحية.

### المفهوم الأوّل: مفهوم الخطاب

مفهوم الخطاب من المفاهيم التي يُختلف على تعريفها ؛ فهو مصطلح يتعدّد بتعدّد الموضوعات التي يطرحها بشكل كبير.

أ- الخطاب وضعًا:

1. في القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف: وردت لفظة الخطاب فيهما وكذلك في المعجمات اللّغوية القديمة والحديثة كثيرًا.

ففي القرآن الكريم :

قال الله تعالى:

﴿وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ﴾ (ص / 20)

1 - Cf: Altmanova, Jana; Du nom déposé au nom commun: Néologie et lexicologie en discours; EDUCatt - Ente per il diritto allo studio ... universitario dell'Università Cattolica; 2013; P12.

﴿فَقَالَ أَكْفَلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ﴾ ﴿ص / 23﴾  
﴿وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فِيمَا عَرَّضْتُمْ بِهِ مِنْ خِطْبَةِ النِّسَاءِ﴾ ﴿البقرة / 235﴾  
﴿وَلَا تُخَاطِبُنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا﴾ ﴿هود / 37﴾  
﴿قَالَ مَا خَطْبُكَ إِذْ رَاوَدْتَنِّي يُوسُفَ عَن نَّفْسِهِ﴾ ﴿يوسف / 51﴾  
﴿قَالَ فَمَا خَطْبُكُمْ أَيُّهَا الْمُرْسَلُونَ﴾ ﴿الحجر / 57﴾  
﴿قَالَ فَمَا خَطْبُكَ يَا سَامِرِيُّ﴾ ﴿طه / 95﴾  
﴿وَلَا تُخَاطِبُنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا إِنَّهُمْ مُغْرَقُونَ﴾ ﴿المؤمنون / 27﴾  
﴿وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾ ﴿الفرقان / 63﴾  
﴿قَالَ مَا خَطْبُكُمْ قَالَتَا لَا نَسْقِي حَتَّى يُصْدِرَ الرِّعَاءُ﴾ ﴿القصص / 23﴾  
﴿قَالَ فَمَا خَطْبُكُمْ أَيُّهَا الْمُرْسَلُونَ﴾ ﴿الذاريات / 31﴾  
﴿رَبِّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنِ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا﴾ ﴿النبا / 37﴾

وردت لفظة "الخطاب ثلاث مرات وبصيغة الفعل ثلاث مرات"

فمثلاً: ﴿فَقَالَ أَكْفَلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ﴾ ﴿ص / 23﴾

ومعناه في تفسير الرازي: "جاءني بحجاج لم أقدر أن أورد عليه ما أورده به".<sup>1</sup>

والخطاب في اللغة والقرآن يشتركان في تبيان الدلالة السامية للخطاب، باعتبار أن  
(فصل الخطاب) لا يتم على الوجه الأفضل، إلا إذا اقترن بالحكمة، وكان القصد منه إظهار  
الحقيقة كاملة.

2. في المعجمات:

تتبعنا دلالة هذا المفهوم في المعجمات العربية فاتضح لنا مدى بعد رؤية ونضح علماء  
اللغة بل واتفق المعجمات على أن الخطاب: مراجعة الكلام.<sup>2</sup>

1 - الرازي، المحصول في علم أصول الفقه، الجزء 1، تحقيق: طه جابر العلواني، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط 2، 1992م، ص 409.

2 - ينظر: الخليل بن أحمد الفراهيدي، العين، المجلد 1، تح: عبد الحميد هندواوي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط 1، 2003م. (خطب) ص 149.

- وينظر: أبو منصور الأزهري، تهذيب اللغة، المجلد 7، تح: عمر سلامي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، (خطب)، ص 247.

- وينظر: أبو الحسن أحمد بن فارس بن زكريا، مقاييس اللغة، المجلد 2، تح: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، دمشق، سوريا، (خطب) ص 198.

وهو مواجهة الكلام<sup>1</sup>، ويحسن الكلام<sup>2</sup>. في رحاب اللّغة ووقوفاً عند لسانها العربيّ نجد مادّة (خ.ط.ب) عند ابن منظور، حيث يقول: "الخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبة، وخطاباً وهما يتخاطبان"<sup>3</sup>

وفي لسان العرب أيضاً، في فصل الخطاب، قال ابن منظور: "هو أن يحكم بالبيّنة أو اليمين وقيل معناه أن يفصل بين الحقّ والباطل، ويميّز بين الحكم وضده، وقيل فصل الخطاب: "أمّا بعد"، و داود عليه السّلام أوّل من قال: "أمّا بعد"، وقيل فصل الخطاب: الفقه في القضاء"<sup>4</sup>.

لم يُغفل (ابن منظور) خاصيّة التّفاعل في إنتاج الخطاب، فهو مرادف للكلام في مؤداه المشاركة بين متكلّم وسماع. والمخاطبة هي: صيغة مبالغة تفيد الاشتراك والمشاركة في فعل ذي شأن.

#### ب- مفهوم الخطاب اصطلاحاً:

يعدّ الخطاب اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متبرّئ لفهمه، فاحترز باللفظ عن الحركات والإشارات المفهومة بالمواضعة وبالمواضع عليه من الأقوال المهملة، والمقصود من الإفهام عن الكلام لم يقصد به إفهام المستمع فإنّه لا يسمّى خطاباً. والكلام يطلق على العبارة الدّالة بالوضع على مدلولها القائم بالنّفس، فالخطاب إمّا الكلام اللفظيّ أو الكلام النّفسيّ موجّه به إلى الغير للإفهام. والخطاب قسمان: خطاب تكليفيّ وخطاب وضعيّ.<sup>5</sup>

---

- وينظر: ابن سيّده، أبو الحسن علي بن اسماعيل المرسي، المحكم والمحيط الأعظم، المجلّد 5 تح: عبد الحميد هندراوي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، (خطب) ص122.

1 - الرّمخشري، أبو القاسم جار الله محمود بن عمر، أساس البلاغة، تحقيق عبد الرحيم محمود، دار صادر للطباعة والنّشر ط. 1385هـ-1965م، ص 167

2 - أحمد رضا، معجم متن اللّغة، دار مكتبة الحياة بيروت، د ط، ص 296

3 - ابن منظور، لسان العرب، المجلّد 4، دار إحياء التّراث العربي، مؤسسة التّاريخ العربيّ، بيروت، ط 2، 1993، مادة خ. ب ط، ص135.

4 - المرجع نفسه، ص 135.

5 - التّهانوي، محمّد علي، موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم - الجزء 6 (ط. الأولى)، بيروت: مكتبة لبنان، مؤرشف من الأصل في 15 ديسمبر 2019. ص. 749.

الخطاب التّكليفي: لا يتعلّق إلا بكسب المكلف، بخلاف الوضعي: فهو قد يثبت في حقّ الشّخص وإن لم يفعل.

غير أن استعمال هذه الكلمة -الخطاب- قد تشعب ليشمل دلالات متعدّدة منها ما هو عند علماء اللّغة إذ يرتبط مفهوم الخطاب عندهم بحقل علم الأصول و يظهر من خلال التّفاسير التي وضعها المفسّرون للآيات القرآنيّة التي وردت فيها لفظة الخطاب لأنّ المفهوم القرآنيّ للخطاب يحيل على الكلام، ولا تختلف دلالة هذه اللّفظة في المعجم العربيّ عن هذا المعنى، ذلك لأنّ المعجمات أسّست دلالتها على التّفسير القرآنيّ ضمن السّياق الذي وردت فيه لفظة الخطاب في القرآن الكريم.

يرى الرّمخشري أنّ الخطاب: "تركيب من كلمتين أُسّدت إحداهما إلى الأخرى"1.

### ج - مفهوم الخطاب بين العرب والغرب:

أضحى مصطلح "الخطاب" في الثّقافتين العربيّة والغربيّة وفي الدّراسات الحديثة يدلّ على حركيّة التّواصل، ويمثّل الوحدة التي تساوي أو تفوق الجملة. ويرى البعض "أنّ الكمّ الغزير من الدّراسات... لم يؤدّ إلى صبغ المفهوم بلون ثابت واضح يميّزه عن غيره من المفاهيم، بل على العكس من ذلك تماما فقد جعلت تلك الدّراسات مفهوم الخطاب كالحرباء، يتلون بلون الخلفية التي يقف أمامها، إذ فرض كل حقل معرفيّ عند استخدامه لمفهوم مسلّماته ومقولاته وإشكالاته عليه، بحيث صار المفهوم يتّسم بالنّسبية. فبينما يُضيق البعض مفهوم الخطاب ليقصر على مجرد أساليب الكلام والمحادثة، يُوسّع البعض الآخر ليجعله مرادفا للنّظام الاجتماعيّ برمته حيث يصير كل شيء خطابا."2

غير أنّ استعمال هذه الكلمة قد تشعب ليشمل دلالات متعدّدة نجدها مثبتة في معجم جون دوبوا (Jean Paul Dubois) وآخرين الذي يذكر فيه معاني الخطاب، فيقول: "الخطاب

1 - المفصّل في صنعة الإعراب ، تقديم إميل بديع يعقوب، دار الكتب العلميّة، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى ، 1420 هـ/ 1999م، ص 33 .

2 - محمّد صفار: تحليل الخطاب وإشكاليّة المفاهيم، رؤية مقترحة، مجلّة التّهضة، كليّة الإقتصاد والعلوم السّياسيّة، القاهرة، مج 6، ع 4، 2005م، ص 101 .

هو ممارسة اللّغة؛ إنّه يتكون من متوالية تشكل خطاباً له بداية ونهاية، وهو بهذا المعنى مرادف للملفوظ وبالتالي فالخطاب في البلاغة وسيلة من وسائل الإقناع والتأثير<sup>1</sup>.  
في العصر الحديث، فإنّ الفلاسفة على وجه الخصوص عنوا عناية خاصّة بالخطاب واعتبروه مصطلحاً فلسفياً في ميدان المعرفة العقلية، بدليل أنّ الفيلسوف الفرنسي ميشال فوكو ( Michel Foucault ) قد حلّل في كتابه حفريّات المعرفة بنية الخطاب تحليلاً تفصيلياً، لهذا السّبب بالغ المفكّرون العرب بدراسة تقسيمات فوكو لبنية الخطاب، بدءاً بالمفهوم الذي يعدّ أصغر وحدة في الخطاب، إذ أنّ الصّور الانطباعية تتكوّن من مجموعة من المفاهيم، والتي نستطيع تسميتها بـ "صورة الخطاب".

وإذ كان عنصر الإيصال هو البعد الأوّل للاتّصال، فإنّ عنصر التّأثير هو البعد الثّاني له، لهذا نجد أنّ بعض الأدبيّات الإعلامية تُعرّف الخطاب بأنّه التّأثير المقصود في اتّجاه جمهور ما، بتقديم أدلّة منطقية تؤدّي إمّا إلى تغيير اتّجاه المتلقّي أو إلى ترسيخه؛ إنّ هذا التّعريف شامل بحيث يمكن إسقاطه على مفاهيم (الدّعاية والإعلام).

كلمة (خطاب) عند المحدثين تأخذ أبعاداً دلالية تصل أحياناً إلى حدّ الإلباس، إذ يذكر أحد الفلاسفة العرب المهتمين باللّغة أنّه " لن نبالغ كثيراً إذا قلنا إنّ لفظ "الخطاب" هو أكثر الألفاظ تداولاً في الخطاب العربيّ المعاصر... وطبيعيّ أن يلحق اللفظ "العياء" فيفقد كلّ دلالة، أو على الأقل لا يعود يعني شيئاً كثيراً . بل إنّه يكاد في معظم الأحوال لا يعني إلّا ما يدلّ عليه لفظ ( مقال )... والظّاهر أنّ الذين يكثرون من استخدامه تنصرف في أذهانهم نحو بعض أقطاب الفلسفة المعاصرة وخصوصاً ميشال فوكو، لكن ما لا ينبغي أن نتناساه هو أنّ المفكر الفرنسيّ يستعمل اللفظة كما هي أصولها عند نيتشه، حيث لا فرق بين مفهومي الواقع والخطاب... ومجمل القول: ليس الخطاب وعياً يتّخذ من اللّغة مظهره الخارجيّ، إنّه ليس لساناً وذاتاً تتكلّمه، وإنّما هو ممارسة لها أشكالها الخاصّة من الانتظام<sup>2</sup>.

ويُعرّف فوكو الخطاب بأنّه: "النّصوص والأقوال كما تعطى في مجموع كلماتها ونظام بنائها وبنيتها المنطقية أو تنظيمها البنائي"<sup>3</sup>. ويُعرّفه هارتمان وستورك ( Hartman & Stork )

1 -J. Dubois & les autres, Dictionnaire de la linguistique et de sciences -2du langage du Paris: 1973, Ed: Larousse, p. 156 - 157.

2 - نقلاً عن عبد السّلام بن عبد العال: بين بين، دار توبقال، الدار البيضاء، الطبعة الأولى، 996 م، ص 78-79. بتصرف.

3 - ميشال فوكو، حفريّات المعرفة، تر: سالم يفوت، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 1987، ص 25.



أنه: "نصّ محكوم بوحدة كَلّية واضحة يتألف من صيغ تعبيرية متوالية تصدر عن متحدّث فرد يبلغ رسالة ما".<sup>1</sup>

مما مضى نجد أنّ مفهوم الخطاب عند الغرب ؛ يُقصدُ به وحدة لغوية أشمل من الجملة، فالخطاب تركيب من الجمل المنظومة طبقاً لنسق مخصوص من التّأليف. ولئن تعدّدت مفاهيم ومدلولات هذا المصطلح نظراً لتعدّد اتّجاهات الدّراسات اللّسانيّة الحديثة، فهناك من يرى أنّ الخطاب (discours) مرادف لمفهوم الكلام (parole) عند دي سوسور Ferdinand de Saussure ، بالمعنى المتعارف عليه في علم اللّغويّات البنيويّة؛ أي دراسة الكلام وليس اللّغة بما يستتبع ذلك من وضع المتكلّم في الاعتبار دون الاهتمام باللّغة كبنية و قواعد.

### المفهوم الثاني: الإشهار

يعدّ الإعلان قديم قدم الإنسان، ورد ذكره في القرآن الكريم في قوله تعالى: (ثُمَّ إِنِّي أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَارًا) سورة نوح : الآية 09، وقد كانت المناداة من أرقى أشكال الإعلان، لكن بظهور الصّحافة بدأ الإعلان في التّطوّر شكلاً ومضموناً.

مفهوم الإعلان وضعاً: من علن الأمر يُعلنُ علناً وعلانيّةً، أي المجاهرة والشّيع والظّهور، ويقال يا رجل استعلن أي أظهر وهو خلاف السريّة.<sup>2</sup>  
أ- مفهوم الإشهار وضعاً:

جاء في لسان العرب: شَهَرَ الشُّهْرَةَ ظهور الشيء في شُنْعَةٍ حتى يَشْهَرَهُ النَّاسُ وفي الحديث: "من لَبِسَ ثَوْبَ شُهْرَةَ أَلْبَسَهُ اللهُ ثَوْبَ مَدَلَّةٍ".

و ورد في الجوهري: الشُّهْرَةُ وُضُوحُ الأَمْرِ وقد شَهَرَهُ يَشْهَرُهُ شَهْرًا وشُهْرَةً فَاشْتَهَرَ وشَهَرَهُ تَشْهِيرًا واشْتَهَرَهُ فَاشْتَهَرَ قَالَ أَحِبُّ هُبُوطَ الوَادِيَيْنِ وَإِنِّي لَمُشْتَهَرٌ بِالْوَادِيَيْنِ غَرِيبٌ وَيُرْوَى لَمُشْتَهَرَ بِكسر الهاء ابن الأعرابي والشُّهْرَةُ الفضيحة أنشد الباهلي:

أَفِينَا تَسُومُ الشَّاهِرِيَّةَ بَعْدَمَا \*\*\* بَدَا لَكَ مِنْ شَهْرِ الْمَلِيسَاءِ كَوَكَبِ ؟

شهر المليساء شهْرٌ بين الصّفريّة والشتاء وهو وقت تنقطع فيه الميرة يقول تعرّض علينا الشّاهريّة في وقت ليس فيه ميرة وتَسُومُ تعرّض والشّاهريّة ضَرْبٌ مِنَ العِطْرِ معروفه. ورجل

1- Hartman & Stork , Dictionary of Language & Linguistics , London, Applied Science publisher ,1970, p.69

2 - الفيروزآبادي ، مجد الدين محمّد بن يعقوب ، القاموس المحيط ، مؤسسة الرسالة - بيروت ، ط . 8 ، 2005.

شهير ومشهور معروف المكان المذكور، ورجل مشهور ومُشهر قال ثعلب: ومنه قول عمر بن الخطاب رضي الله عنه: "إِذَا قَدُمْتُمْ عَلَيْنَا شَهْرُنَا أَحْسَنَكُمْ اسْمًا فَإِذَا رَأَيْنَاكُمْ شَهْرُنَا أَحْسَنَكُمْ وَجْهًا فَإِذَا بَلَّوْنَاكُمْ كَانَ الْاِخْتِيَارُ" والشَّهْرُ الْقَمَرُ سمي بذلك لشهرته وظهوره<sup>1</sup>.

معظم المعجمات الحديثة تشير أنّ معنى الإشهار وضعًا هو: الإبراز والنشر والتعريف بالشيء يرفعه والتشهير به وتقابل الكلمة العربية في الفرنسية كلمة: *publicité* التي تنحدر من الكلمة اللاتينية: *publicus* ومعناها "ما يخصّ الشعب والجماعة"<sup>2</sup>.

وظهرت الكلمة عام 1964 وكانت تقال عن الجرم المرتكب على مرأى من الجميع، ثم تطوّر معناها إلى دلالات أخرى في القرن التاسع عشر أما معنى الإشهار كما نعرفه اليوم: "فقد كان الفرنسيون يعبرون عنه بكلمة: *réclame* وسُجّلت الكلمة رسمياً عام 1686"<sup>3</sup>.  
ب- مفهوم الإشهار اصطلاحاً:

تنوعت تعريفات الإشهار بوصفه فعلاً اتّصالياً غير مباشر بتعدّد مشارب الباحثين، وكذا بفعل تنوع المدارس، التي تصدّت لمحاولة ضبط حدوده.

تعريف محمّد العليان للإشهار: "هو عملية الاتصال غير الشّخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمناً معيّناً لإيصال معلومات معيّنة إلى فئات معيّنة من المستهلكين بحيث يفصح المعلن عن شخصيته"<sup>4</sup>.

ومن هذا التعريف نفهم أنّ: الإشهار محاولة جلب الناس وإقناعهم بجودة المنتج وتكمن وظيفته في تقديم منتج أو عرض خدمة أو طرح فكرة. ويوجد طرفين في الإشهار هما المشهر والمشهر له.

الإشهار عملية تواصلية مجاله الإعلام على حدّ تعريف أحد الباحثين "الإشهار فنّ إعلامي يستند على مؤشرات مرئية مثل العناوين في الكتابة ومضامينها وأنواع الطباعة والصورة ... من خلاله يمكن تأسيس تعاريف وعلاقة بين المخاطب والمتلقي أو بين المنتج

1 - ابن منظور، المجلد 7، ص 226.

2 - قاموس المنجد في اللغة والإعلام والإعلان، دط، دار الشروق، بيروت، ص 406.

3 - المرجع نفسه، ص 408

4 - محمّد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دط، دار مجدلاوي، أعمال الأردن، ص 103.

والمستهلك، فهدفه أولاً وقبل كل شيء تبليغ الخطاب ولذلك يتوخى أن تكون أفكاره واضحة وصادقة، يستهلّ وسائل تبليغ متنوعة ومتناسقة يسخرها كلها لتحقيق هدف محدد.<sup>1</sup>

### المفهوم الثالث: الخطاب الإشهاريّ:

يعدّ الخطاب الإشهاريّ من أقوى الخطابات، فهو يتجاوز هدفه التقليدي المتعلّق بالتسويق، إلى أهداف أخرى يحقّقها في صلب الثقافة الاجتماعيّة. كما يصفه أندري كارون (André H.Caron) : «يقدم يوميًا تركيبات من الكلمات والصور في شكل سرود قصيرة تقوم بدور يجمع "التّمثيل" و"البناء الثقافي" في الوقت نفسه»<sup>2</sup>، وأنه يمتلك القدرة على اختراق أي خطاب لأجل تمرير رسائله، وفق مقتضياته الوظيفية؛ تماما مثلما يتجاوز مجموع المواضعات النصّيّة فيبدو معقّدا إلى درجة أنّه يمنح ل"الإبداع" مساحة "المناوره"، بينما يضيف على "التسويق" مسوحا من "الجمالية"، وهذه تركيبة في الخطاب (بين الإبداعيّ والتسويقيّ) تسمح له بأن يقوم بوظيفة مزدوجة، فهو يمنح "الأشياء" معنى، بأسلوب يظهر هذه الأشياء ويعطيها لها قيمتها جماهيريًا، بمثل ما ينظّم العلاقات المعقّدة والمتقلّبة التي تربط عالم الأشخاص بعالم الأشياء، لأجل تحقيق أغراضه التسويقية من جهة أخرى؛ وهو ما يصطنع له الأساطير، فيتسلّل إلى المخيال العام، ويستحث "الرغبة" في الشراء.

ولا نحتاج العودة إلى مفهوم "الخطاب الإشهاريّ"، فقد صار هذا النوع الخطابي مألوفًا، وأصبح وجوده من المسلّمات، فهو لا يختلف عن بقية أنواع الخطاب (إعلامي، قضائي، ديني، تربوي، سياسي.. إلخ..) ولا يخرج عن تعريف ميشال فوكو العام ل"الخطاب" بما هو: «مجموع العبارات التي تنتمي إلى نفس التشكيلة الخطابية ويمكن الوقوف على ظهورها واستعمالها خلال التاريخ أو بما هو عدد محصور من العبارات التي نستطيع تحديد شروط وجودها»<sup>3</sup>.

"الخطاب الإشهاريّ"؛ هو الخطاب الوحيد الذي نال نصيبه كاملا من النظرة الدّونية، ومن ذلك أنّ بول فاليري (Paul Valéry) وصفه بأنّه: "يهين متابعيه، ويزيّف الوقائع، ويزايد في وصف المناظر، ويفسد كل نوعيّة وكلّ نقد"؛ ومثله جورج دوهاميل (Georges Duhamel)

1 - جمال مباركي ومحمّد عبد الهادي، سيميائيّة الصورة الإشهاريّة: دراسة في رواية الإرث، الملتقى الدّولي السّادس للنصّ الأدبي، جامعة محمّد خيضر، 18-19 أفريل، ص 589.

2 Caron, André H et Caronia, Letizia; Culture mobile: les nouvelles pratiques de communication; PUM; - 2005; P 101

3 Foucault, Michel; L'Archéologie du Savoir; Éditions Gallimard; 1969;P 153.

الذي يراه: "صناعة مذهلة للإكراه، والاستغناء، يتعامل مع الإنسان كممثل ما يتعامل مع أشد الحيوانات بلادة"؛ أما رونييه إيتامبل (René Étiemble) يصفه بأنه "غسيل دماغ" ويعده "مفسدا للغة باعتماده على الحكمة الشعبيّة".

وجد "الخطاب الإشهاري": بعض الإنصاف في وصف إدغار موران (Edgar Morin) الذي يرى أن: "الإشهار ليس هو من يخلق العالم الاستهلاكي من العدم، ولكن هذا الكون لا يمكن تصوّره دون إشهار"، فالمتلقّي يتحمل المسؤولية عن خياراته، وإن كان موران يعتبر أن "الخطاب الإشهاري" يركّز على "تحويل المنتج إلى مادة مخدّرة ثانوية، أو يطعمه بالمخدرات، ما يمنح الإحساس بالنشوة حال شرائه/استهلاكه، ويمكن لهذا الخطاب أن يتحوّل إلى أداة "استعباد"؛ ومن هنا يشترط موران لـ"الرّسالة الإشهاريّة" بأن "تحقق النّشوة والإزعاج" في الوقت نفسه، فهي "إن بلغت شكلها المثاليّ، فإنها يمكن أن توزّع طعم المتعة وجاذبيتها.<sup>1</sup>

قد يكون مصطلح "إشهار" تراجع وصفه وبدأ انحساره، لصالح وصف مصطلح "اتصال" الذي صار يُرفع على الصفحات المخصصة للإعلان التجاري، بعد أن كان وصف الإشهار الثابت الوحيد (كما هي الحال ببعض الجرائد الجزائرية)، يدلّ دلالة واضحة على المرحلة الانتقاليّة التي حرّكت أدواتها لتضيف الجديد إلى المفهوم، وهو بالذات ما يمنحه القدرة على الإفلات من محاولات ضبطه في تعريف واضح كما سبق القول، ما يجعل التعريفات تتوزع على الحقول التطبيقية لمقولات الإشهار الذي يمكن أن يكون تجارياً، أو سياسياً، أو مؤسّساتياً، أو تحريريّاً، كما يمكنه أن يتجلّى في صورة "رعاية" التظاهرات الثقافيّة والفنيّة والرياضيّة، ويتسلل عبر الإعلانات المبوّبة أو البطاقات البريدية أو الأفلام والأشرطة وغيرها من الأدوات التي يستغلّها المعلن؛ وهذا ما جعل آرمان دايان يقول إنّ: «الإشهار ليس علماً، ولكنه منتج ثقافي»<sup>2</sup>؛ ولهذا، يصرّ نور الدين هميسي على ضرورة التّفرقة بين "الإشهار" والإعلان" وفق الوظيفة المقصديّة؛ ف«الإشهار هو خطاب استهوائيّ وحجائيّ، ويحدّد الإشهاريّ فيه لنفسه إقناع المتلقّي ببناءٍ من الحجج التي تراصّ وفقاً لاستراتيجيّة محدّدة، في حين

1 - Dayan, Armand; La Publicité; Presses universitaires de France; 1987, P 03 a 05.

2 - Cf: Altmanova, Jana; Du nom déposé au nom commun: Néologie et lexicologie en discours; EDUCatt - Ente per il diritto allo studio universitario dell'Università Cattolica; 2013; P 12

ينحصر القصد في "الإعلان" على تبليغ إرسالية معينة للمتلقى من دون ابتغاء تأثير أو إقناع معين»<sup>1</sup>

**المفهوم الرابع: مفهوم العنف: ونعرض له من وجهين:**

**أ- مفهوم العنف وضعاً:**

ورد في تاج العروس: العُنْفُ مُثَلَّثَةٌ العَيْنِ وَاقْتَصَرَ الْجَوْهَرِيُّ وَالصَّاعَانِي وَالْجَمَاعَةُ عَلَى الضَّمِّ فَقَطْ وَقَالُوا: هُوَ ضِدُّ الرِّفْقِ، الخَرْقُ بِالْأَمْرِ وَقِلَّةُ الرِّفْقِ بِهِ وَمِنَ الْحَدِيثِ " وَيُعْطِي عَلَى الرِّفْقِ مَا لَا يُعْطِي عَلَى العُنْفِ ". عُنْفٌ كَكَرُمَ عَلَيْهِ وَبِهِ يَعْنُفُ عُنْفًا وَعِنَافَةً وَأَعْنَفْتُهُ أَنَا وَعَنْفْتُ تَعْنِيفًا: عَيَّرْتُهُ وَلَمْتُهُ وَوَبَّخْتُهُ بِالتَّقْرِيعِ . وَالْعِنِيفُ: مَنْ لَا رِفْقَ لَهُ بِرُكُوبِ الخَيْلِ وَالْجَمْعُ عُنْفٌ نَقَلَهُ الْجَوْهَرِيُّ وَقِيلَ: هُوَ الَّذِي لَا يُحْسِنُ الرُّكُوبَ، وَقِيلَ: هُوَ الَّذِي لَا عَهْدَ لَهُ بِرُكُوبِ الخَيْلِ، قَالَ امْرُؤُ الْقَيْسِ يَصِفُ فَرَسًا:

يُرِلُّ الغَلَامَ الخِفِّ عَن صَهْوَاتِهِ \*\*\* وَيُلَوِي بِأَثْوَابِ العِنِيفِ المَثْقَلِ

وشاهد الجمع:

لَمْ يَرْكَبُوا الخَيْلَ إِلَّا بَعْدَ مَا هَرَمُوا \*\*\* فَهَمْ ثِقَالٌ عَلَى أَكْتَابِهَا عُنْفٌ

والعنيف: الشديد من القول.

ومنه قول أبي صخر الهذلي يعرض بتأبط شرباً:

فإن ابن ترنى إذا جئتكم \*\*\* أراه يدافع قولاً عنيفاً

والعنيف أيضاً: الشديد من السير.

وقال الكسائي: يُقال: كَانَ ذَلِكَ مِنَّا عُنْفَةً بِالضَّمِّ وَعُنْفَةً بِضَمَّتَيْنِ وَاعْتِنَافاً: أَي ائْتِنَافاً قَلِبَتِ الهَمْزَةُ عِيناً وَهَذِهِ هِيَ عُنْفَتُهُ بِنِي تَمِيمٍ . وَعُنْفُوانُ الشَّيْءِ بِالضَّمِّ وَعَلَيْهِ اقْتَصَرَ الْجَوْهَرِيُّ وَهُوَ فَعْلُوانٌ مِنَ العُنْفِ وَيَجُوزُ أَنْ يَكُونَ أَصْلُهُ أَنْفُوانٌ فَقَلِبَتِ الهَمْزَةُ عِيناً وَزَادَ ابْنُ عَبَّادٍ: عُنْفُوهُ مَشَدَّدَةٌ: أَي أَوَّلُهُ كَمَا فِي الصِّحَاحِ أَوْ أَوَّلُ بَهْجَتِهِ كَمَا فِي العَيْنِ وَالتَّهْذِيبِ وَقَدْ غَلَبَ عَلَى الشَّبَابِ وَالنَّبَاتِ قَالَ عَدِيُّ بْنُ زَيْدٍ العِبَادِيُّ:

أَنْشَأَتْ تَطَلَّبُ الَّذِي ضَيَّعْتَهُ \*\*\* فِي عُنْفُوانِ شَبَابِكَ المُرْتَجِرِ

وَفِي حَدِيثِ مُعَاوِيَةَ: عُنْفُوانُ المَكْرَعِ أَي: أَوَّلُهُ وَشَاهِدُ النَّبَاتِ قَوْلُهُ:

مَاذَا تَقُولُ نِيهَا تَلَمَّسُ وَقَدْ دَعَاها العُنْفُوانُ المُخْلِيسُ

وَيُقَالُ: هُمْ يَخْرُجُونَ عُنْفُواناً عُنْفًا عُنْفًا بِالْفَتْحِ أَي: أَوَّلًا فَأَوَّلًا .

وقال أبو عمرو: العنفة محركة: الذي يضربه الماء فيدير الرحي. قال: والعنفة أيضاً: ما بين خطي الرزح. وقال غيره: اعتنفت الأمر: إذا أخذه بعنفٍ وشدة. واعتنفته: ابتدأه قال الليث: وبعض بني تميم يقول: اعتنفت الأمر بمعنى اتنفته وهذه هي العنفة. وقال أبو عبيد: اعتنفت الشيء: جهله ووجد له عليه مشقةً وعنفاً ومنه قول رؤبة:

1 - Cité Par: Dayan, Armand; Op.Cit; P120 .

إِذَا اعْتَنَفْتَنِي بِلِدَّةٍ لَمْ أَكُنْ لَهَا \*\*\* نَسِيًّا وَلَمْ تُسَدِّدْ عَلَيَّ الْمَطَالِبُ

ويُقال : هذه إبِلٌ مُعْتَنَفَةٌ : إذا كانت في أرضٍ لا تُوافِقُها . ويُقال : اعْتَنَفَ الْمَجْلِسُ : إذا تَحَوَّلَ عَنْهُ كائِنَتَفَ ومنه قولُ الشافِعِيِّ رَحِمَهُ اللهُ تَعَالَى : أَحِبُّ لِلرَّجُلِ إِذَا نَعَسَ فِي الْمَجْلِسِ يَوْمَ الْجُمُعَةِ وَوَجَدَ مَجْلِسًا غَيْرَهُ لَا يَتَخَطَّى فِيهِ أَحَدًا أَنْ يَتَحَوَّلَ عَنْهُ لِيُحَدِّثَ لَهُ بِالْقِيَامِ وَاعْتِنَافِ الْمَجْلِسِ مَا يَدْعُرُ عَنْهُ النَّوْمَ نَقَلَهُ الْأَزْهَرِيُّ .

وَاعْتَنَفَ الْمَرَاعِي : إِذَا رَعَى أَنْفَهَا وَهَذَا كَقَوْلِهِمْ : أَعَنَ تَرَسَّمَتَ فِي مَوْضِعٍ : أَلَّا أَنْ تَرَسَّمَتَ . وَيُقَالُ : طَرِيقٌ مُعْتَنَفٌ : أَي غَيْرُ قَاصِدٍ . وَقَدْ اعْتَنَفَ اعْتِنَافًا إِذَا جَارَ وَلَمْ يَقْصِدْ وَأَصْلُهُ مِنْ اعْتَنَفْتُ الشَّيْءَ : إِذَا أَخَذْتَهُ أَوْ أَتَيْتَهُ غَيْرَ حَازِقٍ بِهِ وَلَا عَالِمٍ . وَيُوجَدُ هُنَا فِي بَعْضِ النَّسَخِ زِيَادَةٌ قَوْلُهُ : وَعَنَفَهُ : لِأَمَّةٍ بَعْنَفٍ وَشِدَّةٍ وَسَقَطَ مِنْ بَعْضِ النَّسَخِ وَقَدْ تَقَدَّمَ التَّعْنِيفُ بِمَعْنَى التَّوْبِيخِ وَالتَّعْيِيرِ .

ومما يُسْتَدْرَكُ عَلَيْهِ : الْعَنِيفُ : مَنْ لَمْ يَرْفُقْ فِي أَمْرِهِ كَالْعَنِيفِ كَكَتِفٍ وَالْمُعْتَنِفِ قَالَ :

شَدَّدْتُ عَلَيْهِ الْوَطْءَ لَا مُتْظَالِعًا \*\*\* وَلَا عِنْفًا حَتَّى يَتِمَّ جُبُورُهَا

أَي : غَيْرَ زَفِيقٍ بِهَا وَلَا طَبِّ بِاحْتِمَالِهَا ، وَقَالَ الْفَرَزْدَقُ :

إِذَا قَادَنِي يَوْمَ الْقِيَامَةِ قَائِدٌ \*\*\* عَنِيفٌ وَسَوَاقٌ يَسُوقُ الْفَرَزْدَقَا

وَفِي لِسَانِ الْعَرَبِ : عُنْفُ الْعُنْفِ الْخُرْقُ بِالْأَمْرِ وَقَلَّةُ الرَّفْقِ بِهِ وَهُوَ ضِدُّ الرَّفْقِ عُنْفٌ بِهِ وَعَلَيْهِ يَعْنُفُ عُنْفًا وَعِنَافَةً وَأَعْنَفَهُ وَعَنَّفَهُ تَعْنِيفًا وَهُوَ عَنِيفٌ إِذَا لَمْ يَكُنْ رَفِيقًا فِي أَمْرِهِ وَاعْتَنَفَ الْأَمْرَ أَخَذَهُ بَعْنَفٍ وَفِي الْحَدِيثِ : "إِنَّ اللَّهَ يُعْطِي عَلَى الرَّفْقِ مَا لَا يُعْطِي عَلَى الْعُنْفِ" . هُوَ بِالضَّمِّ الشَّدَّةُ وَالْمَشَقَّةُ وَكُلُّ مَا فِي الرَّفْقِ مِنَ الْخَيْرِ فِي الْعُنْفِ مِنَ الشَّرِّ مِثْلُهُ وَالْعَنِيفُ وَالْمُعْتَنِفُ<sup>1</sup> .

وَفِي مَخْتَارِ الصَّحَاحِ : الْعُنْفُ بِالضَّمِّ ضِدُّ الرَّفْقِ تَقُولُ مِنْهُ عُنْفًا عَلَيْهِ بِالضَّمِّ عُنْفًا وَ

عُنْفًا بِهِ أَيْضًا وَالتَّعْنِيفُ التَّعْيِيرُ وَاللُّومُ وَعُنْفَانُ الشَّيْءِ أَوَّلُهُ<sup>2</sup> .

1 - ابن منظور، المجلد 9، ص 429 .

2 - الرّازي، محمّد بن أبي بكر بن عبد القادر الرّازي، إخراج: دائرة المعاجم في مكتبة لبنان، مكتبة لبنان. ساحة رياض الصّالح، بيروت، 1986. ص 192 .

يتجلى مما سبق أن التعاريف تصبّ في معنى واحد في اللّغة العربيّة، ومعهم ممّا سيأتي في اللّغة الفرنسية الإنجليزية.

فإن الأصل اللّاتيني لكلمة violence, violentai ومعناها الاستخدام غير المشروع للقوة المادّية، بأساليب متعددة لإلحاق الأذى بالأشخاص والإضرار بالممتلكات.<sup>1</sup>  
تعني ترجمة كلمة عنف للفرنسية Violence وهي كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية vis أي القوة وهي ماضي كلمة Fero والتي تعني "يحمل" وعليه فإن كلمة عنف Violence تعني "حمل القوّة" أو تعمّد ممارستها اتّجاه شخص أو شيء ما.  
وفي الإنجليزية:

Violence :Violent behavior that it intended to hurt or kill somebody.Crimes  
2.acts/threats of violence. Domestic violence Between family members/

وجاءت لفظة ( العدوان ) في ثمانية مواضع في القرآن الكريم تحثّ على عدم العدوان على الآخرين بغير وجه حقّ، وقد ارتبطت لفظة ( العدوان ) في القرآن الكريم في خمسة مواضع من المواضع الثمانية بلفظة الإثم، وفي السنّة النبوية الشريفة نجدها مليئة بالأحاديث التي تحضّ على نبد العنف والالتزام بالتسامح والتّصالح، فمحمّد صلّى الله عليه وسلّم وضّح السلوك السّويّ للمسلم فقال: "المُسْلِمُ مَنْ سَلِمَ الْمُسْلِمُونَ مِنْ لِسَانِهِ وَيَدِهِ."<sup>3</sup>

وقال أيضا: "إِنَّ اللَّهَ رَفِيقٌ يُحِبُّ الرَّفْقَ، وَيُعْطِي عَلَى الرَّفْقِ مَا لَا يُعْطِي عَلَى الْعُنْفِ."<sup>4</sup>

### ب- مفهوم العنف اصطلاحا:

يعرّف العنف اصطلاحا على أنه ضدّ الرّفق، والرّفق هو حسن الانقياد لما يؤدّي إلى

الجميل.<sup>5</sup>

1- M.Hawkins, Julia, Editorley, Mohamed, badawi, AL Muhit: oxford study dictionary of English 3, Académie international, Beirut 2010, P:1193.

2<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/violence/82071>

تاريخ التّصفح: 2022/03/02 على السّاعة: 00:15

3 - البخاري، التّاريخ الكبير، لمحمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة البخاري، تح: هاشم الندوي وآخرون، دائرة المعارف العثمانية، المجلد 3 ص334، حديث رقم: 1132.

4 - مسلم، صحيح مسلم، لمسلم بن الحجّاج القشيري النّيسابوري، باب فضل الرّفق، تح: محمّد فؤاد عبد الباقي، دط. دار إحياء التّراث العربي- بيروت - حديث رقم 6766.

5 - عبد الرّؤوف المناوي، فيض القدير شرح الجامع الصّغير، المكتبة التجارية الكبرى مصر ط 1. 1356 هـ، ص 25.

أو هو التوسط والتلطّف في الأمر. 1

وفي معجم لغة الفقهاء: والعنف: معالجة الأمور بالشدّة والغلظة. 2

فيكون العنف بمعنى: الغلو والشدّة والغلظة في معاملة الآخرين .

ج- التعريف الإجرائي:

هو الاستخدام الفعليّ للقوّة أو التّهديد باستخدامها لإلحاق الأذى والضّرر بالأشخاص

والإتلاف للممتلكات. 3

وعرّفه بعض علماء الاجتماع بقولهم: "استخدام القوّة بشكل غير مشروع وغير مطابق

للقانون" 4.

1. العنف في المفهوم الاجتماعي: هو استعمال غير مشروع لوسائل القسر الماديّة بغية تحقيق  
غايات شخصيّة أو اجتماعيّة.

2. المفهوم السيكولوجي (التفسي) للعنف: هو سلوك الفرد البدني واللفظي الذي يتّسم  
بالتطّرف في العدوان الصّريح والمباشر، وذلك بهدف إلحاق الأذى بدنيا ونفسيا بالآخرين  
وهو ميل انفعالي عدواني مباشر وخارجي، موجّه إلى آخر توجيها مباشرا مادّيّا أو لفظيّا،  
ويؤدّي بصاحبه إلى أن يفكّر ويدرك بطريقة غير عادية. 5.

يتبين ممّا سبق: أنّ التعريف من لدن فهم علماء الشريعة الرّفق المأمور به شرعا أشمل  
وأدقّ من تعريف بعض القانونيين، وبعض علماء الاجتماع، وعلماء النفس؛ حيث حصروا  
التعريف في استخدام القوّة أو التّهديد، في حين نجد أنّ التعريف الشّرعي عمّ أكثر من ذلك  
من سوء الأدب، والتلفظ على الآخرين والجفاء لهم ولو كان في أمور لا علاقة لها بالقوّة الماديّة،  
ممّا يدلّ على محاربة هذه الشريعة الرّبانيّة للشدّة والغلظة سواء كانت مصحوبة بأذى مادّي  
أم معنويّ، صادرة من قويّ أو ضعيف .

1 - محمّد عبد الرؤوف المناوي، التوقيف على مهمات التعاريف، تحقيق: د. محمّد رضوان الداية، دار الفكر المعاصر  
بيروت، ط الأولى. ص 248.

2 - د. محمّد رواس قلعي، معجم لغة الفقهاء، ط. دار النفائس الرياض - ط. الثانية 1408 هـ، ص 323.

3 - أحمد يسري، بحوث في الشريعة والقانون، مجلس الدولة، القاهرة، 1993م، ص 14.

4 - عبلة عبد العزيز عامر، العنف ضد المرأة والحماية المقررة لمواجهة في الشريعة الإسلامية، دط. دار النهضة العربية  
- القاهرة- 2010 م. ص 9.

5 - مجدي محمّد جمعة، العنف ضدّ المرأة بين التّجريم وآليات المواجهة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013 م، ص 39.



## د- أشكال العنف

### 1- العنف الموجه للذات: وينقسم إلى:

أ. سلوك انتحاريّ: يتضمّن الأفكار الانتحارية ومحاولات الانتحار.

ب. انتهاك الذات: تشمل أعمالاً كالتشويه الذاتيّ

### 2- العنف بين الأفراد: والذي ينقسم إلى

أ. العنف العائليّ: ويقع هذا النوع في البيت مثل تعنيف الأطفال والمسنّين

ب. عنف المجتمع: والذي يقع بين أفراد لا قرابة بينهم ويقع خارج البيت مثل: عنف العصابات والأعمال العشوائية من العنف أو الاعتصاب بوساطة الغرباء.

### 3- العنف الجماعيّ: وفيه يحتمل وجود دافع محتمل للعنف ترتكبه مجموعة أكبر من أفراد

أو الدول وينقسم إلى ثلاث أقسام:

أ. عنف اجتماعيّ: خاص مثل جرائم الكراهية المرتكبة من قبل مجموعات منظمّة، كالأعمال الإرهابية وعنّف العصابات الإجرامية

ب. عنف سياسيّ: يشمل المعارك الحربية والعنف المرتبط بها.

ج. عنف اقتصادي: يشمل هجمات مجموعات أكبر بدافع مكاسب اقتصادية كالهجمات التي تنفّذ بهدف تعطيل الفعاليّات الاقتصادية.

### 4- العنف الإلكترونيّ: التفاعل مع أشخاص غرباء على مواقع الانترنت وتعرّض المراهقين

للإغراء و العبث الفكري والجسدي والجنسي ووقوعهم ضحايا التنمر والتّهديد والإيذاء.

زادت حدّة العنف حتى أصبح يمثّل مشكلة اجتماعية سلبية في المجتمعات المعاصرة، فهو سلوك يرتبط بتصرف الفرد، مثيراته عادة ما تكون لفظية أو جسدية، ولما كان بهذه الشّكلة فإنّه يحدث بشكل عفويّ أو تلقائيّ ما لم تكن هناك استجابة لمثيرات ليس بالضرّورة أن تكون مساوية له، أي يتطلّب من حدوث العنف وجود علاقة اجتماعية سلبية بين الأفراد، وبات هذا العنف يشمل الكثير من الدّول العربيّة من بينها الجزائر، حيث يُعدّ العنف في الجزائر من الظواهر المعقّدة متعدّدة الأبعاد، ولا يمكن الإمام بها إلا من خلال دراستها من كلّ الجوانب، الاجتماعية والسياسية والإعلامية والاقتصادية، وما تعرّض له الجزائريّون سنوات التسعينات من عنف واغتيالات واختطافات واغتصابات خير دليل، وقد تضرّرت عدّة مناطق

عبر الولايات بأشكال متفاوتة في الخسائر الإنسانية والمادية، فتركت هذه الأحداث آثارًا صادمة لدى الأفراد: أطفال، مراهقين، نساء، أو راشدين...1.

### المفهوم الخامس: مفهوم الإشهار التلفزيوني:

هو مجموعة من المعلومات الخاصة بسلعة أو خدمة تعرضها محطة التلفزة ضمن برامجها والتي تكون ضمن أشكال بغرض الترويج لها<sup>2</sup>.

كما أنّ الإشهار التلفزيوني هو عملية جذب انتباه الجمهور بالتركيز على الجوانب الإيجابية للسلعة بهدف تحفيز الجمهور المستهدف (المستهلكين) على الشراء وإنجاز ردّ فعل يكون متوقعًا من قبل المعلن وذلك من أجل بناء صورة ذهنية جديدة عنه وعن السلعة، ومنه في الإشهار التلفزيوني نوع من أنواع الاتصال قناعة ومن ثمّ تنبيهه سلوك الشراء<sup>3</sup>.

كلّ ما يوضع تحت تصرف الجمهور أو فئة منه عن طريق الاتصال اللاسلكي، أو بثّ إشارات أو علامات أو أشكال مرسومة أو صور أو أصوات أو رسائل مختلفة، لا يكون لها طابع المراسلة الخاصة<sup>4</sup>.

إخراج الومضة التلفزيونية: وهي عملية الكتابة للكاميرا، بتحويل المناظر إلى نصّ يحمل كلّ جزئيات المشاهد (ديكور، إضاءة، زوايا تصوير، استخدام الألوان في الإشهار، استخدام الصور والرّسوم، حركات الكاميرا....)

عملية التّصوير وفيها حركة عناصر المشهد و سير العمل... ممثلين، كلّ هذه العوامل تجعل الرّسالة الإشهارية التلفزيونية أكثر إقناعًا.

ثمّ عملية التّركيب وهي آخر عملية فيها تنتقى المشاهد و اللّقطات وتدخل المؤثرات وفيها تجسّد الومضة بشكل نهائيّ.

---

1 - يُنظر: المعالجة الصحفية لظاهرة العنف الأسري في جريدة النهار الجديد دراسة تحليلية لعينة من نسخة الشّروق من الفترة الممتدة من شهر ديسمبر 2017 إلى شهر فيفري 2018. مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، الشّعبة: علوم إنسانية، التّخصّص: إعلام إلكتروني وصحافة مكتوبة.

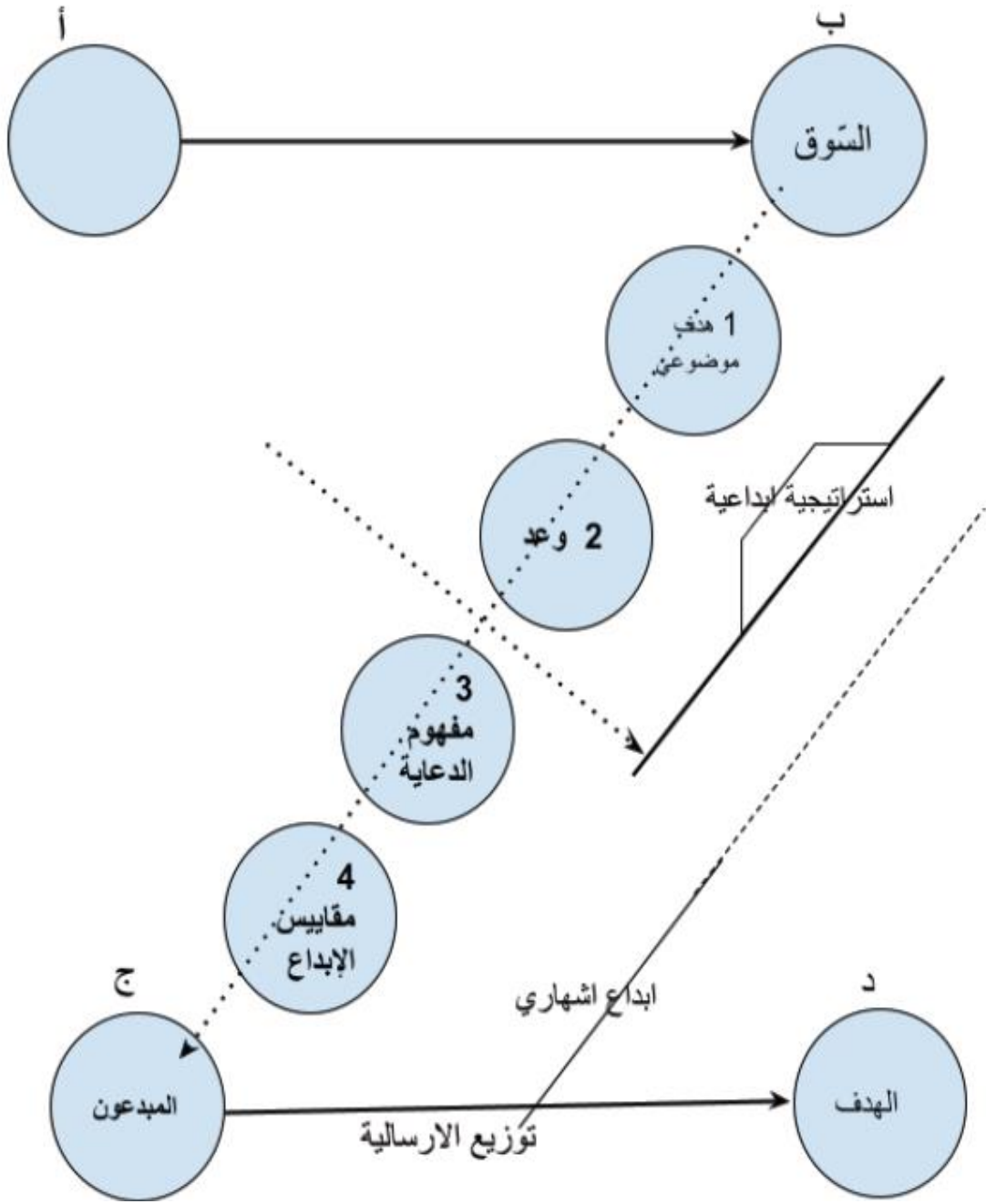
2 - عصام الدين فرج، فنّ التحرير والإعلان والعلاقات العامة، دار النهضة العربية، القاهرة، 9334 م، ص 43.

3 - شدوان على شيبّة: الإعلان والمدخل والنّظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 9334، ص 01.

4 - قانون عضويّ رقم 05-12 المؤرّخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، يتعلّق بالإعلام. المادة 58:

يُقصد بالنّشاط السّميّ البصريّ التلفزيوني في مفهوم هذا القانون العضويّ، ينظر رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة.

## خطاظة تبيّن مسار الإشهار التّلفزيّ يتّجه إلى الهدف<sup>1</sup>



آليات الإشهار التّلفزيّ:

<sup>1</sup>-Henri JOANIS, De la stratégie marketing à la création publicitaire (la création publicitaire dans les magazines et les affiches, à la télévision, à la radio) éd. Dunod, Paris, 1995, p. 101

حقيقة الصّور التّلفزيّة سريعة الموت تزول بسرعة خاطفة لكنّ الإشهار التّلفزيّ قام بتوظيف آليّات تسهم في كسب معركة البقاء في خيال المشاهد، والجدول أدناه يوضّح أهمّ الآليّات في عمليّة البناء و التّركيب التي يوظّفها الإشهار التّلفزيّ<sup>1</sup>.

مبدأ الفعل	الآلية
إنّكم تواجهون مشكلا ما يحمل مواصفات جدّ محدّدة، بهذه الطّريقة سيجد لها المنتج حلاً (أحيانا بما قبل / ما بعد)	أ-مشكل / حل
(لنفترض جدلاً بأن المشكل معروف) إنّه بهذه الطّريقة تشتغل مزيّة المنتج.	ب- البرهنة
هذه هي النّتائج التي حقّقها منتوجي أنا مقارنة بالمنتوجات التي تنافسه (منتوج "أ" أو ماركة)	ج- المقارنة
هذه هي التّلبّيّات الأساس المتوقّرة في المنتج	د- المَحاجة
إنّ منافع المنتج أو فوائد المستهلكين تتموضع في الحياة بهذه الطّريقة.	هـ- إخراج لتلبّيّات
هاهو العالم المرح (أو المغربيّ أو الرائع،....) للماركة	و- الجوّ العامّ للماركة
تستفيدون من هذه المزايا إذ أنتم راسلتم أو اتّصلتم هاتفياً إلى "أ".	ز- الحثّ على الفعل

الجدول أعلاه يعطي أهمّ الآليّات للإشهار التّلفزيّ لكتّما تبقى قاصرة وغير قادرة فهي توظّف بعض العناصر التي تكسب الجمهور وتربط معه أو اصر المحبّة. والجدول أدناه يلقي الضوء على هذه العناصر وهي متّجهة الى الهدف:

الأحداث	الحامل
---------	--------

1 - 1-Henri JOANIS, De la stratégie marketing à la création publicitaire, p. 160.

<p>التي تنقلها الصّورة إنّه إمّا شخصيّة واقعيّة أو خياليّة مثال: أفلو، السيد البرونيل.</p> <p>إنّ المنتج يملأ وحده مساحة الصّورة، يرافقه تعليق صوت خارجيّ.</p> <p>يقدمّ البائع أو المروج. مثال: الرّجل صاحب البذلة البيضاء الذي يقدمّ معجون الأسنان.</p> <p>إنّه الشاهد على: - المستهلكين التّمودجين؛ - شخصيّة مشهورة.</p> <p>يعيش المستهلكون منافع - المنتجات و فوائد – المستهلك.</p> <p>يحوّل السيناريو. مشاهدة المنتج إلى مشهد أساسه حكاية منسجمة. الفضاء و الشّخصيات هم حقيقيون. مؤمّثلون.</p> <p>تلعب شخصيّات محترمة جدا أو ترقص وتغنيّ في حالات عجيبة ومواقف غريبة، على إيقاع موسيقى مرفقة بلازمات مغنّاة.</p>	<p>1- الشخص مؤسّسة. 2- إنّ المنتج يروي لنا قصّته الذاتيّة. 3- المروجّ البائع. 4- ممثّل عن المستهلكين. 5- مقطع عن الحياة. 6- السيناريو الواقعيّ. 7- السيناريو الخياليّ. 8- الجينكل البصريّ او الكليب</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

تنظّم الصّور المدهشة متواليّةً من الموسيقى  
و الشّعارات

حوامل مهمة في الإشهارات التّلفزيّة وهي تسحر بتحريك العناصر الفاعلة في الوصلة

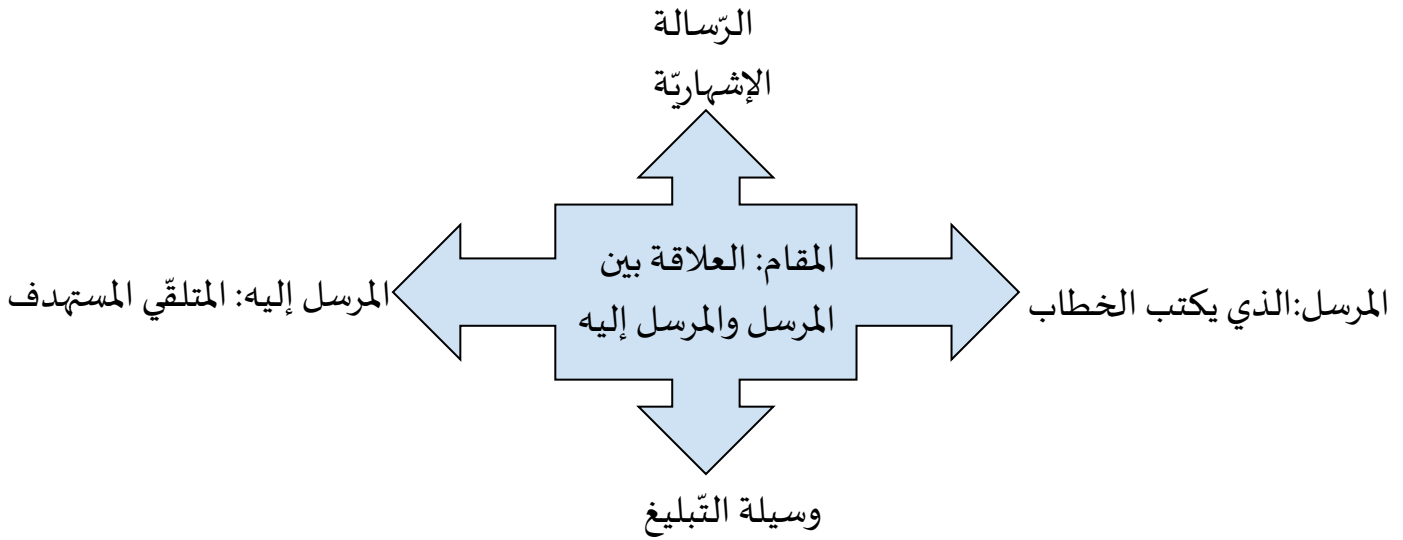
الإشهاريّة.1

## المبحث الثّاني: خصائص الخطاب الإشهاريّ

يمرّ استخلاص خصائص الخطاب الإشهاريّ بعد معرفة خمس قضايا.

1- عناصر الخطاب الإشهاريّ:

1-1 من حيث الشّكل:



شكل يوضّح عناصر الخطاب الإشهاريّ

2-1 من حيث المضمون:

1 - Henri JOANIS, De la stratégie marketing à la création publicitaire p.183-226.

تُعرّف الرّسالة الإشهارية بمضمون الخطاب الإشهاريّ المراد إرساله إلى جمهور معيّن وجلب انتباهه وإثارة اهتمامه وتتكوّن من العناصر التالية :

أ . العنوان الرّئيسي : يجلب الانتباه ويثير الاهتمام بموضوع الإشهار وذلك بمجرد رؤيته أو الاستماع إليه أو قراءته، من الأحسن أن يكون سطرًا واحدًا أو سطرين إلا أنّه من المهم أن تكون كلماته قصيرة سهلة القراءة تعبّر عن الفكرة الرّئيسية.

ب . تصوير الفكرة : استخدام الكلمات و الجمل و الصّور، والرّسوم المناسبة يحتاج البراعة في ذلك حيث يعدّ الاستخدام السّليم مهمًا في مدى فعالية الإشهار إذا ما كان المصمّم مُلمًا بالأساليب النّفسية الكافية في اختيار الكلمات أو الصّور تعبيرًا وتأثيرًا.

ج - استخدام الإشارات والشّعارات والرّموز: إنّ هذا العنصر يساعد على توضيح الأفكار من خلال وسائل النّشر المختلفة.

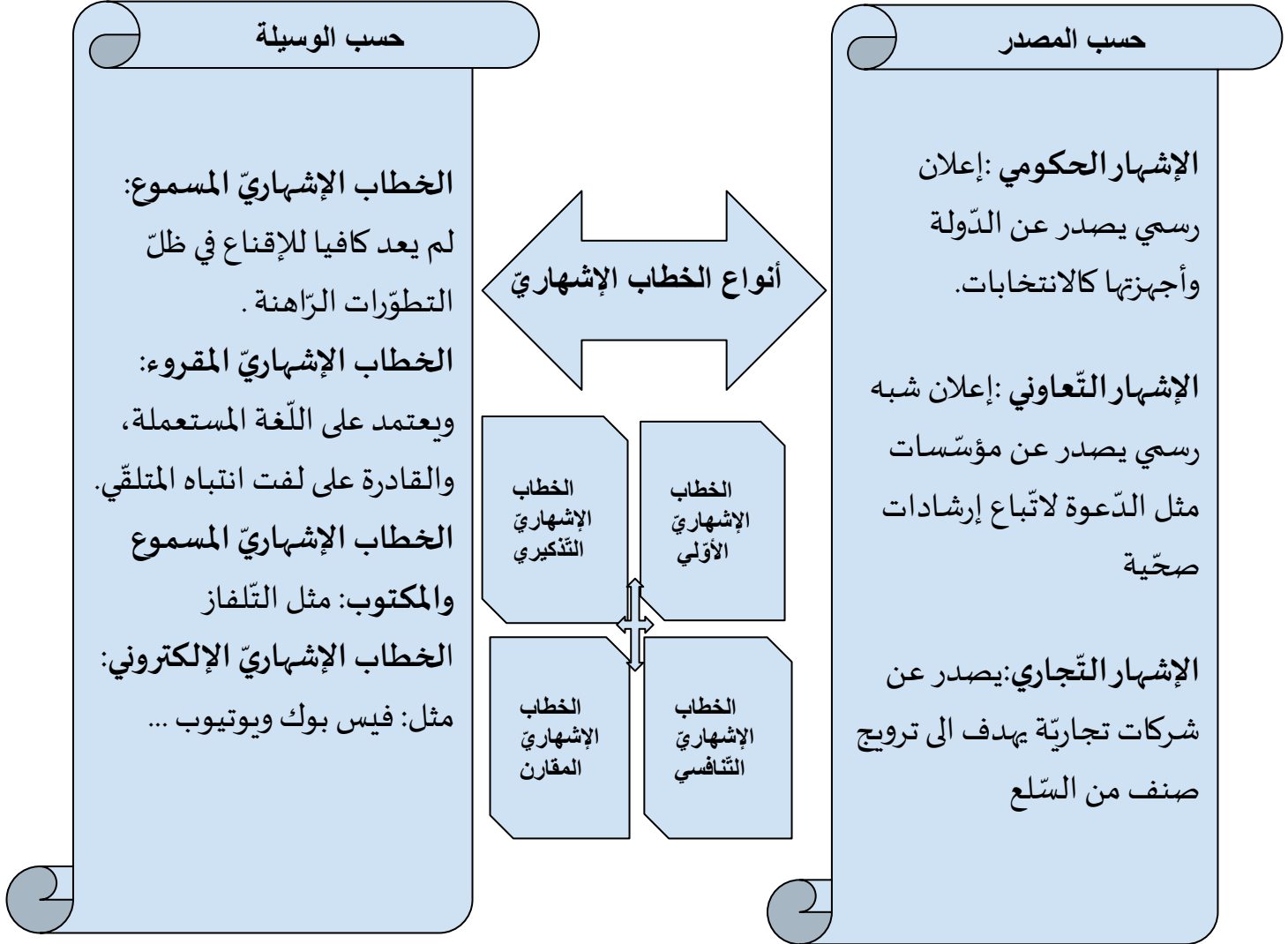
و يعدّ الشّعار جملة إعلامية تتعرّض لخصائص أساسية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها ويتطلّب ترددها في ذهن الجمهور مثل: "في التّأني السّلامة وفي العجلة النّدامة".

د . الرّسالة الإعلانية : وظيفة الرّسالة الإعلانية لفت انتباه المشاهد في مشاهدة تفاصيل الرّسالة الإعلانية، والرّسالة الإعلانية يجب أن تكون مخطّطة ومنطقية خصوصًا إذا كانت السلعة جديدة على الجمهور .

هـ . الاسم التّجاري أو الماركة التّجارية المميّزة أو العلامة الفارقة: يحتوي الإعلان على الاسم التّجاري أو الماركة التّجارية وذلك لتسهيل عملية التّعرف على السلعة أو الخدمة المعلن عنها بشرط أن يكون سهل الفهم والنّطق.

و . الخاتمة : وهي عادة تتمثّل في جملة محدودة، وظيفتها التّأثير على الجمهور وغالبًا ما تكون في صيغته تكرار اسم السلعة أو الخدمة .

## 2- أنواع الخطاب الإشهارّي:



شكل يبيّن أنواع الخطاب الإشهارّي<sup>1</sup>

1 - حسب الوسيلة يُنظر: فريد كورتل، الاتّصال التّسويقيّ، ط1، دار كنوز المعرفة العلميّة، الأردن، 2009، ص 140-141.



### 3- أشكال الخطاب الإشهاريّ:

أي وجود علاقة شكلية سليمة، وهذه العلاقة التّجانسيّة يمكن أن تكون نتاج التّناسب الصّحيح، والتّوازن المتكامل مع عدم وجود تباين حاد<sup>1</sup>.

#### 1.3. من حيث الشّكل:

1.1.3- الخطاب الإشهاريّ المباشر: يتميز بالدّعوة الصّريحة للمتلقّي لاقتناء السلّعة والإقبال على الإعلان ويكون ذلك بما يلي:

— عرض المنتج أو الخدمة في حالة جيّدة.

— استعمال عبارات جذّابة ومثيرة

— استخدام أشخاص مشهورين لتقديم المنتج أو الخدمة.\*

2.1.3- الخطاب الإشهاريّ غير المباشر: هو شكل يشجّع المتلقّي للإقبال على المنتج أو الخدمة ويكون ذلك بالخطوات التالية:

— تخفيض سعر المنتج أو الخدمة.

— تقديم هدايا إضافيّة.

— زيادة كمّيّة المنتج أو الخدمة دون زيادة السّعر.

— الاهتمام بطريقة العرض للمنتج أو الخدمة.

3.1.3- الخطاب الإشهاريّ المخفيّ: يجعل المتلقّي يقلّد الشّخصيّة المشهورة التي اقتنت

المنتج وكمساندة الشّركات للفرق الرّياضيّة أو الفنّيّة....\*

#### 2.3. من حيث البنية:

يتأرجح شكل الخطاب الإشهاريّ من حيث البنية بين المستوى اللّساني والمستوى

الأيقوني.

---

1 - نور الدّين أحمد النّادي وآخرون، الإعلان التقليدي والإلكتروني، ط1، مكتبة المجتمع العربي، الأردن، 2011، ص 260، 256.

\* - نجد هذا الشّكل في الأسواق والمهرجانات التّجارية.

\* - نجد هذا الشّكل في المباريات الرّياضيّة والمسلسلات والسّهرات الفنّيّة والأفلام.

### 1.2.3-المستوى اللساني: بما يلي:

- بساطة الجملة والدلالة الكثيفة .
- تداخل المستويات اللغوية ( فصحي، عامية ) .
- الانتقال من السرد إلى الوصف أو البرهان أو التفسير، أو الدمج بين هذه الأغراض.
- الإغراق في الخيال، والمغامرة.
- السجع و تكرار العبارات.
- هيمنة الفعل الطلبي المباشر.
- تغييب القيمة الزمنية الواقعية " الزمن النفسي، الزمن الشعري." .
- توظيف الضمائر المحيلة على المشاركة الجماعية قصد إشعار المتلقي بالأمان .
- مثال: " مع جيزي عيش حياتك" .
- العدّ الإيحائيّ للغة الخطاب الإشهاريّ، ذلك أن التقريرية قاصرة عن استمالة المستهلك.
- أسطورية الخطاب الإشهاريّ في ضوء عنايته بالدلالة الرمزية للكلمات والسيميائية للصورة والحركة والإيقاع .
- الطابع التلغرافيّ الذي يتحقّق باستراتيجية الحذف بدليل سياق أو مقامي، وربّما يمكن القول إنّ هذه البنية الاختزالية منسجمة جدّاً مع الغرض الإشهاريّ الأساسي والمتمثّل في الاقتصاد المعيشيّ، إذ عادة ما يحرص المشهّر على إقناع المشهّر له بأهمية السلعة وزهادة سعرها الذي يعني: الاقتصاد نصف المعيشة من حيث هي قيمة اجتماعية راسخة في حياة الأفراد، من ذلك قول أحد الباعة المتجولين: بإمكان الشّخص الحصول على قميصين هناك توجيه اجتماعي بأنّ الأسرة الأكثر استقراراً من الناحية المادية تلك المتكوّنة من ستّة أشخاص وربّما كان وراء هذا القول خطاب إيديولوجي واجتماعي تحرص الدولة على ترسيخه في المجتمعات التي تعاني من معدّل نموّ سكاني مرتفع<sup>1</sup>.

### 2.2.3-المستوى الأيقوني:

تكوين العلامة الإشهارية الدالة في الخطاب الإشهاريّ بالصورة والصوت واللون والحركة والموسيقى والديكور وهذه العلامات السيميائية تهدف إلى إعادة صياغة المعنى اللساني المثبت

1 - محمّد عبيدات، "سلوك المستهلك -مدخل سلوكي-"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن، 1995.

باللفظ، وإضفاء الحياة والدينامية عليه فيضحى حركة مشهدية نامية، ولعلّ أهمّ الوظائف التبليغية التي تحقّقها الصّورة؛ ألا تُخرج القيم الواردة من حيز الكمون إلى حيز التّجلي، فتصبح واقعا ماديا محسوسا في ضوء ما ينتج من مشاهد إشهارية تتخلّل أو توازي الخطاب اللّساني وربّما حوّلت العوالم المثاليّة إلى عوالم ممكنة بالرغم من تشبّثها بالسّباحة الغرائبية في الهواء، أو الدّوران حول الأرض والقفز بين مسافات شاسعة بفضل بدلة رياضية أو حذاء من ماركة عالمية، وربما تحوّل الضّعف الإنساني إلى قوّة أسطورية خارقة بفضل تناول مشروب ما، وهذا ما أكده لنا أحد المستجوبين وهو مدرّس في قوله: "إشهار عصير نقاوس أحلى ما في الطّبيعة والرّسالة مصمّمة بإبداع مع استعمال التّقنيات الحديثة، وتفيد الصّورة المتعلقة بالإشارات والحركة الجسدية في تثبيت العلاقة وتوطيد عراها بين المرسل والمستلم فتجعله أكثر وثوقا ورغبة فيما يعرض على ناظره بخاصّة إذا دُعِمَت الصورة بالصوت الشّجي والنغمة الموسيقية، واللّون المختار بعناية فائقة في تلاؤمها مع موضوع الإشهار وهذا يتطلب معرفة متخصصة بسيمياء الألوان في النّسق الحضاري المعين.<sup>1</sup>

الصورة الإقناعية في الخطاب الإشهاريّ لا تتحقق نجاعتها إلا في ضوء النّسق اللّغوي فالحركة واللّباس والموسيقى لا تكتسب صفة البنية الدّالة إلا إذا مرت عبر محطة اللّغة التي تقطع دوالها وتسمي مدلولا، وفي هذا السّياق يذهب إريك بويسنس Eric bosinsen إلى أنّ الصّورة نسق دلالي قائم بذاته، لها وظيفة أساسية في التّواصل، وليست حشوية فيه بالنّسبة إلى العلامة اللّسانية الطّبيعية، بل إنّ اللّغة في كثير من الأحيان تحتاج إلى مثل هذه النّظم السّيميولوجيّة تستطيع احتكار الدلالة.<sup>2</sup>

3.3. من حيث المضمون:

1.3.3- شكل الخطاب الإشهاريّ الاجتماعيّ: يقدّم خدمات للمجتمع والمنفعة العامّة، وذلك بهدف نشر الوعي وتقديم النّصائح والإرشادات التي تؤثّر إيجابا في المجتمع.

1 - مي العبد الله سنو، الاتّصال في عصر العولمة، الدّور والتّحديات الجديدة، الدّار الجامعيّة للطباعة والنشر، بيروت، 1999، بتصرّف.

2 - حميد سلامي، "ما هي الصورة" مجلّة علامات. العدد 5. 1995.

2.3.3- شكل الخطاب الإشهارى السّياسى: وهو يعطى فرص التّعبير عن الرّأى ووجهات النّظر المختلفة، وهذا بغرض التأثير في الرّأى العام ودائما ما يبدو المشهر هو صاحب الرّأى السّديد والحكم الرّشيد.

3.3.3- شكل الخطاب الإشهارى التّجارى: ويتميز بوجود روح المنافسة بين الشّركات والمؤسّسات التّجارية والاستثمارية ويهدف المرسل لزيادة التّسويق بإقناع المرسل إليه للاقتناء.

يمكننا القول بأنّ الإشهار التّجارى الفعّال هو ذلك الإشهار الذى يستهدف أوّلا وقبل كل شيء زيادة المبيعات عن طريق إحداث تغيير في السّلوک الشّرائى عند المستهلكين<sup>1</sup>.

#### 4- وسائل الخطاب الإشهارى:

وقد مرّ معنا ذلك في أنواع الخطاب الإشهارى حسب الوسيلة بين أجهزة ومواقع وإعلام بأنواعه.



#### 5- أهداف الخطاب الإشهارى:

يهدف الخطاب الإشهارى إلى إيصال المعلومة إلى أكبر عدد من الأشخاص خلال فترة زمنيّة قصيرة بهدف التّرويج وزيادة الوعي عند الجميع، مثل الدّعاية التّسويقية لسلعة معيّنة التي تهدف إلى زيادة عدد المبيعات للشّركة المروّجة، ولأنّ الخطاب الإشهارى مُخطط له مُسبقًا ومكتوب فإنّه يدلّ على المصادقيّة في الخطاب، فعندما تُعلن شركة ما عن أفكار سهلة

1 - محمّد جودت ناصر، الدّعاية والإعلان والعلاقات العامّة، ط1، الأردن، 1998، ص 116.

التطبيق وحقيقية، فإنها تكسب رضا الناس وتزيد نسبة الإقبال عليها وكذلك نسبة الاستثمار لديها فيتحقق الهدف من الخطاب، كما أنّ التّواصل مع النّاس ومعرفة ما يرغبون به من منتجات وما يناسبهم من أسعار ثم طرح ما يحقق رغباتهم يُوصل إلى الهدف المطلوب، والهدف العام والشامل للخطاب الإشهاريّ هو بناء قاعدة جماهيرية واسعة وملائمة محتوى الخطاب لرغباتهم.<sup>1</sup>

## 6- خصائص الخطاب الإشهاريّ:

- يتميّز عن الخطابات الأخرى بالجمع بين مكوّنات عدّة؛ لغويّة وأيقونيّة وتشكيلية وصوتية وحركية... فهو فضاء لتقاطع دلائل عديدة.
- يتميز ببناء دلاليّ محكم، تتضافر فيه مختلف العناصر الإبلاغيّة، قصد تبليغ رسالة محفزة على اقتناء المنتج، أو أداء خدمة معيّنة.
- يتضافر فيه التّعبير التّقريري المباشر، والتّعبير الإيحائيّ غير المباشر، ذلك أنّه يريد أن يخاطب فكر المستهلك من جهة، وأن يخاطب من جهة أخرى لاشعوره مثيرا مشاعره الذاتية وأهواءه.
- تتفاعل فيه وظائف متعدّدة: الوظيفة الإقناعية، والوظيفة الجمالية، والوظيفة القيميّة، والوظيفة السيكلوجية.
- يعدّ أسلوبا من الأساليب التّوضيحية المستخدمة في التّعريف بالأشخاص، والسّلع، والخدمات، وغيرها من الأشياء الأخرى التي تنفع شرائح عريضة من المجتمع.
- يعدّ وسيلة من الوسائل التّوضيحية في الحديث عن شيء ما.
- يعدّ طريقة من الطّرق المستخدمة في الاتّصال مع الجمهور، أو الأفراد من أجل توضيح معلومة أو إرسال فكرة.
- يعتمد كافة الوسائل الإعلاميّة المستخدمة في الإعلانات التّجارية المرئية، والمسموعة والمكتوبة.
- يعتمد على استخدام الأدوات التي تساعد في تقديم الخطاب الإشهاريّ كالصّور، والأصوات...

1- "publicity", www.thebalancesmb.com, Retrieved 04-07-2019. Edited

● الخطاب الإشهاريّ قناة تجاريّة و تواصلية يراهن عليها المنتجون لترويج سلع وخدمات ... وحتىّ قيم.

● الصّورة الإشهاريّة ليست ترويج البضائع والمنتجات فقط وإنّما كذلك أخلاق وأنماط في الحياة، وليست الصّورة الإشهاريّة ملفوظات بصريّة وإنّما هي صور حاضرة تمتدّ في التاريخ وفي كل التّمثلات والأنساق الثقافيّة والرمزية لأمة ما ؛ فنحن مدعوون أو منجذبون من خلال مظاهر خاصة تهّم العرض: تقديم المنتج وتلفيفه والوصلة الإشهاريّة ذاتها، وفي هذه الحالة فإنّ البائع يبيع قيمة ويشبع حاجة ويستجيب لحالة نفسية...1

وتكمن أهداف الخطاب الإشهاريّ بالمقدرة على إقناع المتحدث للمستمع والتأثير عليه لمصلحة موضوع الخطاب مثل خطاب رجل السياسة بالناس لكسب ثقتهم وتأييدهم وخطاب البائع للمشتري بهدف إقناعه بشراء سلعة معينة، وقد يربط معظم الناس كلمة الإشهار بالإعلام والتسويق فتحمل معنى الترويج للمنتجات والسلع المختلفة بواسطة وسائل الإعلام المختلفة.2

## المبحث الثالث: العنف والإشهار في ضوء القانون الجزائريّ:

### 1. العنف في ضوء القانون الجزائريّ3:

#### 1.1. عقوبة العنف اللفظي في القانون الجزائريّ:

تقسّم جرائم السّب العلني والعنف اللفظي في القانون الجزائريّ إلى عدة أنواع، لكل نوع منها عقوبة محددة؛ توضيح ذلك يرد فيما يأتي:

المادّة 296 : يعدّ قذفا كلّ ادّعاء بواقعة من شأنها المساس بشرف واعتبار الأشخاص أو الهيئة المدّعى عليها به أو إسنادها إليهم أو إلى تلك الهيئة ويعاقب على نشر هذا الادّعاء أو ذلك

1 - S Jaideep "Publicity: Definitions, Characteristics, Importance and Objectives", Your Article Library, Retrieved 4-4-2017. Edited.

2 - publicity, [www.businessdictionary.com](http://www.businessdictionary.com) Retrieved 04-07-2019 , Edited.

تاريخ التّصّحّ: 2021/03/28 على الساعة: 22:00.

3 - يُنظر: رئاسة الجمهوريّة، قانون العقوبات، الأمانة العامّة للحكومة، 2015، الموقع: [www.joradp.dz/trv.apenal.pdf](http://www.joradp.dz/trv.apenal.pdf)

الإسناد مباشرة أو بطريق إعادة النشر حتى ولو تم ذلك على وجه التشكيك أو إذا قصد به شخص أو هيئة دون ذكر الاسم ولكن كان من الممكن تحديدهما من عبارات الحديث أو الصياح أو التهديد أو الكتابة أو المنشورات أو اللافتات أو الإعلانات موضوع الجريمة.

المادة 297 : يعدّ سبا كل تعبير مشين أو عبارة تتضمن تحقيرا أو قدحا لا ينطوي على إسناد أية واقعة.

المادة 298 (معدّلة): يعاقب على القذف الموجّه إلى الأفراد بالحبس من شهرين 2 إلى ستة 6 أشهر وبغرامة من 25.000 دج إلى 50.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين. ويضع صفح الضحية حدا للمتابعة الجزائية. ويعاقب على القذف الموجه إلى شخص أو أكثر بسبب انتمائهم إلى مجموعة عرقية أو مذهبية أو إلى دين معيّن بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من 10.000 دج إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط إذا كان الغرض هو التحريض على الكراهية بين المواطنين أو السّكان.

المادة 463 : معدلة يعاقب بغرامة من 30 إلى 100 دج ويجوز أن يعاقب أيضا بالحبس لمدة ثلاثة أيام على الأكثر :

(1) كل من ألقى بغير احتياط أقدارا على أحد الأشخاص.

(2) كل من ابتدر أحد الأشخاص بألفاظ سباب غير علنية دون أن يكون قد استفزه.

## 2.1. العنف ضد الأطفال في القانون الجزائري:

### 1.2.1- الجرائم الماسّة بسلامة الطّفل:

لقد جرم المشرّع الجزائريّ جميع الأفعال التي من شأنها أن تمس بسلامة الطفل سواء في جسمه أو في الوظائف الطبيعية لأعضائه.

ولقد جرم المشرّع الجزائريّ جميع الأفعال التي يأتيها الشخص على الطفل التي من شأنها أن تمس بسلامة جسده، و سلامة جسم الطفل هي مصلحة يحميها القانون بتجريم كل أفعال الإيذاء العمدي مثل الضرب، الجرح، منع الطعام، وهناك عقوبات عدّة ومختلفة حسب الحالة:

### 2.2.1- أعمال العنف الخفيف:

ودرجتها مخالفة، وهي الذي لم ينتج عنها مرض أو عجز كلي عن العمل لمدة تتجاوز 15 يوم حيث تنصّ المادة 2/442 من قانون العقوبات الجزائري على أنها تعد مخالفة وتكون عقوبة العنف ضد الأطفال في الجزائر الحبس من 10 أيام إلى شهرين وغرامة من 8.000 دج إلى 16.000 دج.

### 3.2.1- أعمال العنف العمدي التي ينتج عنها عجز كلي عن العمل يفوق 15 يوم:

جنحة، تنصّ المادة 1/264 من قانون العقوبات الجزائري على عقوبة العنف ضد الأطفال في الجزائر الحبس من شهرين إلى خمس سنوات وغرامة مالية من 500 دج إلى 10.000 دج. وتشتد الجنحة إذا كانت الضحية لم يتجاوز 16 سنة.

### 4.2.1- أعمال العنف الذي تنتج عاهة مستديمة:

نصّ القانون على عقوبة العنف ضد الأطفال في الجزائر وعلى أعمال العنف الذي تنتج عاهة مستديمة على أنّها جناية نظرا لخطورة الفعل على الطّفل الضّعيف وعاقب عليها بعقوبة السّجن من 5 إلى 10 أعوام.

### 5.2.1- أعمال العنف المفضية إلى الوفاة دون قصد إحداثها:

كَيّفَ المشرّع الجزائريّ على عقوبة العنف ضد الأطفال في الجزائر وعلى أعمال العنف المفضية إلى الوفاة دون قصد إحداثها التي هي في الأصل: الضّرب والجرح العمدي إلى جناية وعقوبتها السّجن من 10 إلى 20 سنة.

### 3.1. عقوبة تعنيف الزوجة في القانون الجزائري:

في الآونة الأخيرة أصبحنا نسمع ونرى عن حالات كثيرة وقضايا أمام المحاكم وشكاوى من ضرب الأزواج لزوجاتهم، بل وفي الكثير من الأحوال يكون ضربًا مبرحًا يبقى أثره في جسد الزوجة.



وأمام كلّ هذا؛ وضع القانون عقوبات على من يضرب زوجته ضرباً مبرحاً: إذ تنصّ المادة رقم 266 مكرر من قانون العقوبات الجزائريّ على: "كل من ارتكب العنف اللفظي أو النفسي تجاه الزوجة أو فعل شيئاً يمس بكرامتها النفسية والجسدية (الضرب) يعاقب بالسّجن مدّة من سنة إلى 3 سنوات.

تنصّ المادة 333 مكرر 2 جديدة على: "كل من ضايق امرأة في الطريق العام بفعل أو قول أو إشارة أو ارتكب معها إحدى الجريمتين في المادة رقم 266 يعاقب بالحبس مدة من شهرين إلى 6 أشهر وغرامة مالية قدرها من 20.000 إلى 100.000 دينار. وتضاعف العقوبة في حال كانت المجني عليها قاصراً.

وفي بعض الأحيان ينظر القاضي إلى الحالة أمامه وقد يزيد العقوبة على الزوج المتهم في حال كانت تستحق ذلك، كأن يحدث للزوجة عاهة مستديمة أو فقدان عضو أو حاسة وفقاً للمادة رقم 267 معدلة تكون العقوبة السّجن مدة من 10 سنوات إلى 20 سنة.

في حالة وفاة الزوجة نتيجة الضرب والاعتداء عليها تكون العقوبة السّجن مدة من 10 سنوات إلى 20 سنة، وتكون بالسّجن المؤبد حال كانت الوفاة نتيجة الطرق العلاجية المعتادة وفقاً للمادة رقم 271 من قانون العقوبات.

يتبدّى من نصوص مواد قانون العقوبات في القانون الجزائريّ أن جريمة الإهانة (العنف اللفظي) لها ثلاث أركان، وهي موضّحة فيما يأتي:

**1.3.1-الركن المادّي:** أي السلوك الذي يكون الجاني منطوياً فيه على خدش الشرف والقذف فيه، أو الاعتبار ضدّ المجني عليه بالسب أو القذف. وهنا يوجد تفرّع للعقوبات حسب نوعها.

**2.3.1-العلانيّة:** تم تعديل القانون فيما يخص عقوبات السّب والشتم؛ حيث يعاقب كل شاتم سرا أم علانيّة إذا أثبتت إدانته، في حين أن القانون القديم ينص على أنّه لا عقاب على السّب والشتم إذا لم يكن علانيّة.

3.3.1-الركن المعنوي: القصد الجنائي والذي يقوم على أساس العنصرية والتطرف. وما دام السب قد وقع علنا فلا يكون للمتهم أن يدفع بأن المجني عليه هو الذي استفزه ومتى كانت الألفاظ شائنة ومعيبة ومحقرة فإنّ قصد الجنائي مكتمل 1.

## 2.الإشهار في ضوء القانون الجزائي:

لم تكن فكرة الإشهار موجودة في الجزائر، بل عرفت منذ فترة الاستعمار الفرنسي، وكانت الإشهارات التجارية مسيرة من قبل الوكالات الكبرى الخاصة على رأسها وكالة "هافاس Havas" والتي سيطرت على السياسة الإعلانية في الجزائر، وجعلتها سوقا لمنوجاتها<sup>2</sup>، ولكن وبعد الاستقلال 1962، صدر المرسوم رقم 63-301 المنظم للإشهار التجاري<sup>3</sup> الذي نصّ على إلغاء العمل بالقوانين الفرنسية، وفي إطار عمليات تأميم الشركات التي قامت بها الحكومة الجزائرية، كانت شركة "هافاس" من بين الشركات المؤممة لتجعلها وكالة وطنية للنشر والإشهار (ANEP) بموجب الأمر رقم 67-4279، وتمّ إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار بعد ذلك بموجب المرسوم رقم 86-283<sup>5</sup>.

وتوالت النصوص القانونية في مجال تنظيم الإشهار إلى غاية تبني الجزائر نظام اقتصاد السوق، وهذا ما دفع بالمشرع الجزائري إلى وضع منظومة تشريعية تتلاءم والظروف الاقتصادية الجديدة، وظهر ذلك من خلال تقديم مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، وقد سبقه مشروعان تمهيديان هما قانون الإشهار لسنة 1988 و1990 .

---

1 - شاكري محمد، "شرح جريمة السب في القانون الجزائري"، الموسوعة الجزائرية، اطّلع عليه بتاريخ 2022/2/22 على الساعة: 15:00، بتصرف. <https://www.politics-dz.com>

2 - قندوزي خديجة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية (على ضوء المشروع قانون الإشهار لسنة 1999)، مذكرة ماجستير، قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، الجزائر، السنة الجامعية 2000-2001، ص 16.

3 - المرسوم رقم 63-301 المؤرخ في 23 ربيع الأول 1383 هـ الموافق لـ 14 أوت 1963 م، المنظم للإشهار التجاري، ج.ر. عدد 59 المؤرخة في 23 أوت 1963، ص 3

4 - الأمر رقم 67-279 المؤرخ في 19 رمضان 1378 هـ الموافق لـ 20 سبتمبر 1967 م المتضمن إحداث شركة وطنية تسمى الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، ج.ر. عدد 2 لسنة 1968، ص 5

5 - المرسوم رقم 86-283 المؤرخ في 30 ربيع الأول 1407 هـ الموافق لـ 2 ديسمبر 1986، إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار ج.ر. عدد 49 لسنة 1986، ص 5

مشروع قانون 1999 تمّ تجميده من قبل مجلس الأمة، وذلك لتبنيه القواعد التنظيمية للرسالة الإشهارية بموجب الباب الثاني تحت عنوان تنظيم ممارسة النشاطات الإشهارية.

وجود فراغ قانوني في مسألة الإشهار، لا يمنع السلطات من إيجاد سبل لتنظيمه ولو بشكل جزئي، "باعتباره نشاطا تجاريا له ضوابط"<sup>1</sup>، ويظهر ذلك في العديد من النصوص القانونية التي أشارت للإشهار، ولو بشكل غير مباشر، نجدها في قوانين خاصة بقطاعات أخرى، من بينها المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش<sup>2</sup> في المادة 2 التي عرفت الإشهار كما يلي: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو العروض أو خدمة بواسطة أسانيد بصرية أو سمعية بصرية".

عرفه أيضا القانون رقم 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية<sup>3</sup>، في مادته 3: "على أنه كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة" ونصوص أخرى أيضا عرّفت الإشهار<sup>4</sup>.

من خلال التعريفين السابقين نفهم أنّ: المشرّع الجزائري ذكر وسائل الإشهار وحصّرها في الأوّل، وهذا خطأ وقع فيه فمع التطور لا يمكن حصر هذه الوسائل، أما في التعريف الثاني فقد صحّح ذلك.

---

1 - محمّد شيحات، العلاقة بين التمويل الإشهاريّ والأداء الصحفي في الصحف اليومية الوطنية الخبر، الشروق Elwatan، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسيّة والإعلام، قسم الإعلام والاتّصال، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2010-2011، ص 92.

2 - المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 3 رجب 1410 هـ الموافق لـ 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر. عدد 05 لسنة 1990، ص 6.

3 - القانون رقم 02/04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى 1425 هـ الموافق لـ 23 يونيو 2004، المتعلق بالممارسات التجارية، ج.ر. عدد 41 لسنة 2004، ص 9.

4 - المادة 7 - 24 من القانون رقم 04-14، المؤرخ في 24 ربيع الثاني 1435 هـ الموافق لـ 24 فبراير 2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري، ج.ر. عدد 16، والتي تنصّ أنّ: "الإشهار هو أي شكل بتصميم أو برسالة صوتية أو سمعية بصرية تبث مقابل أجر أو تعويض سواء من أجل ترقية تقديم سلع أو خدمات في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو مهنة حرة أو من أجل ضمان ترقية تجارية لمؤسسة".

## 1.2 ضوابط الخطاب الإشهاري في ضوء القانون الجزائري:

خولت وزارة الاتصال ضبط وسائل الإعلام الإلكترونية كالصحف والإذاعات و التلفزة عبر الإنترنت بالتنسيق مع هيئات الضبط، وهذا في المرسوم التنفيذي رقم 11-216 في مادته 2 الفقرة الثانية منه<sup>1</sup>. ووزير الاتصال له صلاحيات منح رخص لممارسة النشاطات الإشهارية، وضبط شروطها وسبر الآراء وتوزيع الصحف المكتوبة، وهذا ما يظهر في الفقرة الخامسة من المادة السابقة الذكر.

نصت المادة 10 من مشروع قانون الإشهار على أن: " كل إشهار تبثه الوسائل السمعية البصرية في الجزائر، يجب أن يكون باللغة العربية". وتلزم كل هذه المواد استخدام اللغة العربية كلغة أصلية واستثناءً يُسمح باستخدام لغة أجنبية عند الضرورة خاصة إذا كانت القنوات الإذاعية والتلفزيونية موجهة للخارج، أو شريطة أن تكون تكملة النص العربي مثل كلمات لا يوجد لها مرادفًا باللغة العربية.

## 2.2 احترام الخطاب الإشهاري للأداب العامة:

مشروع قانون الإشهار لم ينس من خلال مواده النص على منع العنف والمشاهد العنيفة<sup>2</sup>، وأهمها المادة 5 فقرة 2 التي تنص على أن: "يشترط في الإشهار على الخصوص... أن لا يكون مخالفاً بالأداب العامة"، والمادة 35 منه أيضا تنص على أنه: "يمنع كل إشهار مخالفاً للنظام العام أو الأمن العام".

ويمنع أيضا دفتر الشروط الخاص بالتلفزيون هذا النوع من الإشهارات الأدبية من خلال المادتين 38 و39، والتي تقابلها المادتين 37 و38 من دفتر الشروط الخاص بالإذاعة المسموعة، وهذا يحصر المبادئ المتعلقة باحترام الآداب والأخلاق والنظام العام فيما يلي:

- منع ما هو مخالف للأخلاق ومخل للأداب في الرسالة الإشهارية.
- احترام الإشهار للقيم الوطنية والعالمية.

1 - المرسوم التنفيذي رقم 11-216 المؤرخ في 10 رجب 1432 هـ الموافق لـ 12 يونيو 2011، يحدد صلاحيات وزير الاتصال، ج.ر. عدد 33 لسنة 2011، ص 11.

2 - قندوزي خديجة، مرجع سابق، ص 45.

- خلو الإشهار من كل ابتذال، وهذا ما نصّت عليه أيضا المادة 34 الفقرة 3 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999: "يشترط في الإشهار على الخصوص.... الخلو من كل ابتذال".
- عدم اللجوء إلى مشاهد عنيفة أو المجازفة قصد تأكيد فاعليّة الموادّ المشهّر عنها في الإشهارات التجاريّة أو يشجّع الشّعوزة أو الخرافات<sup>1</sup>، وهذا أيضا ما دلّت عليه المادة 36 من المشروع السّابق الذكر.
- يجب ألا يتضمّن الإشهار الموجه للأطفال والقصرّ أية مشاهد أو صور تلحق أضرارا بهم أو تدعو الرسالة الإشهارية للمجازفة.
- عدم الحث على التمييز العنصري أو الجنسي بأشكاله<sup>2</sup>.
- ألا يتضمّن الإشهار في استعمال صورة المرأة كأي تلميح يمسّ بكرامتها وسمعتها<sup>3</sup>.
- الابتعاد عن استعمال الإشهار للترويج للعلاقات اللّاشرعيّة والتي تتنافى مع القيم الأخلاقية والدينية للمجتمع، وبأن لا تتضمّن هذه الإشهارات تلميحا وإشارات تخلّ بالأداب العامّة، وهذا ما نصّت عليه المادة 39 من مشروع قانون الإشهار 1999 أيضا.

من خلال هذه المادة نجد أن المشرّع ونظرا لأهميّة الموضوع ذكر كل ما يمسّ بالأداب العامّة وحرّم كل رسالة إشهارية تحتوي على ما يمسّ هذه الأخيرة، وجعل الشّروع كالفعال المرتكب، وذكر بذلك عبارة "المخل للحياء" ليترك المجال للقاضي بسلطته التقديرية وهذا كله لحماية المستهلك من الإشهارات غير المهذّبة والمشينة. وبالإضافة للأداب العامّة ووجوب احترامها من قبل المعلن فعليه أيضا الالتزام بالقيم الأخلاقية.

قطاع الإشهار في الجزائر استطاع أن يحرز تقدّما ملحوظا حال تحريره ولو جزئيا، بعد أن كان هذا النّشاط محتكرا من قبل الدولة قبل التعددية السّياسية والاقتصادية لسنوات طويلة. وتجسّد هذا الانفتاح في إنشاء العديد من الوكالات الإشهارية الخاصة التي تقوم بإنتاج وتوزيع المواد الإشهارية على وسائل الإعلام المختلفة، كما خصّصت المؤسسات الاقتصادية

1 - نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، دط، 2013، ص 121.

2 - محمّد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، طبعة 2006، ص 166.

3 - نعيمة علواش، مرجع سابق، ص 122.

جزء من ميزانيتها للإشهار من أجل ترقية منتجاتها، والتّموّج في سوق شديدة المنافسة، وقد بدى هذا التّوجه واضحا مع دخول الاستثمار الأجنبيّ خاصّة في قطاع الاتّصالات الذي مارس فعل الإشهار باحترافية كبيرة، عبر مؤسسات ذات خبرة وسمعة في هذا المجال، إحساسا منه بأهميّة هذا النّشاط وحيويته لنجاح أي استثمار.

المؤشّرات الإيجابية المرتبطة بإنتاج وتوزيع الإشهار، تبقي الخطاب الإشهاريّ في الجزائر يثير الكثير من الإشكالات، منها ما تعلق بتنظيم السّوق الإشهاريّ وما تعيشه من فوضى حسب المختصّين والفاعلين في هذا القطاع، حدود العلاقة بين كلّ أطراف العمل الإشهاريّ في الجزائر، الضّوابط القانونيّة والتنظيميّة لهذا النّشاط حيث تفتقر الجزائر إلى قانون خاص بالإشهار، بالإضافة إلى طبيعة علاقة المنتجات الإشهاريّة بالمستهلك الجزائريّ، زيادة على مختلف الممارسات المختلفة لهذا النّشاط، والقضايا الرّاهنة المتعلقة به ....

هذه التّشريعات تبقى حبرا على ورق، وأحسن دليل على ذلك والذي يدعم وجهة نظرنا، المقال الذي نشره الباحث (عبدالقادر بن الشّيخ) في " مجلّة الإذاعات العربيّة "، تحت عنوان: " الإعلانات عبر المسلسلات ومقاطعة المشاهدة." حيث يرى الكاتب أنّ البرمجة لفترة جد مهمة لتمير الإشهارات، وخاصة الفترة المسائية التي تكون فيها المشاهدة جماعية، وبالتالي فإنّ المعلنين على وعي بأهميّة هذا الإشهارات وغزو الفضاء النّص الدرامي وكأّنها جزء منه، ويخلص الباحث بأنّ هذه الظّاهرة تعني هيمنة المنتج والمعلن من جهة، ومن جهة ثانية فإنّ تكاليف الإنتاج الدراميّ جدّ باهضة مما يؤدّي إلى الاعتماد على مورد الإشهارات للتّخفيف من هذا العبء.<sup>1</sup>

### 3. الإشهار في ضوء قانون الإعلام الجزائريّ<sup>2</sup>:

قانون الإعلام الجزائريّ لسنة 1982 هو الأوّل من نوعه الذي عرّف الإشهار بمصطلح الإعلام الاقتصاديّ، والتي مفادها التعريف بما تنتجه المؤسّسات، ولم تبرز أهميّة الإشهار في

1 - عبد القادر بن الشّيخ، الإعلانات عبر المسلسلات ومقاطعة المشاهدة، مجلة الإذاعات العربيّة، العدد 01، تونس، 2005، ص125، 126.

2 - يُنظر: رئاسة الجمهوريّة، الأمانة العامّة للحكومة، قانون الإعلام: الموقع: [www.joradp.dz/trv.AlInfo](http://www.joradp.dz/trv.AlInfo)

الجزائر إلا مع بروز الصحافة الخاصّة، وازدياد ما يُعرف بخطر القنوات الأجنبية على الجمهور الجزائريّ، وقد تمّ تحضير نصّ قانون حول الإشهار في مارس 1991، من قبل المجلس الأعلى للإعلام، واقتضى هذا النصّ تأسيس المجلس الأعلى للإشهار، الذي له الهيئة المعنويّة والاستقلال الماليّ، أمّا مهمّته فهو تشجيع النّشاط الإشهاريّ وتقنيّاته، إضافة إلى السّهر على احترام قواعد الإشهار.

جاء هذا النصّ القانونيّ ليضع ويرسم الحدود التي يتمّ فيها الإشهار، نذكر منها:

- يمنع الإشهار الذي يحثّ على العنف.
- يمنع الإشهار الذي يحتوي على مظاهر العنف.
- يمنع الإشهار الذي يخلّ بالنّظام العام.
- يمنع الإشهار الذي يخالف العادات والسّلوّكيات الجنسيّة.
- يمنع الإشهار الذي يشيّد بالجريمة والعنصرية.
- يمنع الإشهار الذي يعيب بمنتوجا معيّنًا أو خدمة بطريقة محتقرة.
- يعاقب القانون من يخالف هذه التّوصيّات بالسّجن أو بدفع غرامة ماليّة.

قانون الإعلام 2012، حدّد مدّة الإشهار: المادة 28 : لا يمكن لأية نشريّة دوريّة للإعلام

العام أن تخصّص أكثر من ثلث (3/1) مساحتها الإجماليّة للإشهار والاستطلاعات الإشهاريّة.<sup>1</sup> وهذه المادّة ومواد أخرى لا تتماشى وعصر التّطورات والتّغيّرات على ما في هذه الموادّ من

نقائص تحتاج سدّها.\*

---

1 - القانون العضويّ رقم 05-12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، الذي يتعلّق بالإعلام ، رئاسة

الجمهورية، الأمانة العامّة للحكومة. يُنظر: [www.joradp.dz/trv.AlInfo.pdf](http://www.joradp.dz/trv.AlInfo.pdf)

\* - أكّد وزير الإتصال محمّد بوسليماني لدى نزوله ضيفا على فوروم الإذاعة الوطنيّة 2022.02.15، أنّ المشروع التمهيديّ للقانون العضويّ للإعلام (وفيه ما يتعلّق بالقانون الإشهاريّ) تمّ تقديمه للحكومة ليتمّ عرضه على مجلس الوزراء، وكشف أنّ القانون جاء لسدّ النّقائص التي كانت موجودة في قانون الإعلام 05.12 والذي لم يستجب للتّطورات الحاصلة في المشهد الإعلاميّ، وكذا مواكبة مضامين الدّستور الجديد الذي يكرس حرّيّة التّعبير، يُنظر جريدة الأهداف:

<https://alemelahdaf.com/16/02/2022>

## خاتمة الفصل:

وبهذا يكون الخطاب الإشهاريّ، مخادعا ومخاتلا، يستثمر القيم الإنسانيّة لتمرير القيم الماديّة، ويمرّر الأيديولوجيّات بل يُسهم في إرساء السّياسات، وفي أصله خطاب وظيفيّ يعبر عن التّخصّصات المتاحة.

يبدو أنّ "الإشهار" لا يخلق الحاجة، مثلا ومضبة البقرة الضّاحكة "لم تخترع الجوع كما يقول إدغار موران؛ وإتّما يمكن الحديث عن الجوع الذي استحال حاجة إلى البقرة الضّاحكة؛ وهنا يتبدّى الإبداع، ويكتسي التّسويق جماليّته.

الإدراك البصريّ هو المستوى الأوّل، ثم المستوى الإدراكيّ الثّقافيّ، وعود "المعجم البصريّ" "المعجم الثّقافيّ" في كثير من الأحيان ...

وعلى هذا جاءت مسطرة القانون محدّدة لكثير من القضايا التي لا يسمح بها في نطاق شساعة مساحة الإشهار، لتضع لها حدودًا مرسومة وضوابطًا مخصصةّة، تردع وتعاقب الختل والخداع، وخاصّة الإشهار بطريقة عنيفة معيبة.



# الفصل الثّاني

● الخطاب الإشهاريّ والضوابط

الأخلاقية.

● العنف في الومضات الإشهارية.

## مقدّمة الفصل: الخطاب الإشهاريّ والضوابط الأخلاقيّة :

تعدّ مهنة الإشهار أو الإعلان مثل غيرها من المهن الأخرى؛ مهنة لها أخلاقيّاتها وآدابها، وهذا أمر طبيعيّ باعتبار أن كلّ مهنة قبل أن يحكمها قانون معين، فإنه تحكمها بشكل مسبق مبادئ وأخلاق تسهم في ضبط علاقات الأطراف وممارساتهم. ويقوم مفهوم الضوابط الأخلاقيّة لمهنة الإشهار على ضرورة توفّرها على الصّدق والنّزاهة.

ومن شأن هذه الضوابط الأخلاقيّة تذكير المهنيّ بالسلوك القويم الذي سيُفي الالتزام به أثناء ممارسة هذا الأخير لمهامه، ومن شأنها تحقيق الفائدة المرجوّة للمستهلكين بصفة خاصّة<sup>1</sup>، و يقلّل من الأضرار التي يمكن حدوثها عند إساءة ممارسة هذا النّشاط، وعرض إشهارات هادئة لا تستخدم العنف ولا أيّ بيانات مضلّلة أو كاذبة غير متطابقة مع الواقع الفعليّ للسلعة أو الخدمة المعلن عنها.

### 1) صورة الخطاب الإشهاريّ بين الملفوظ والدّلالة:

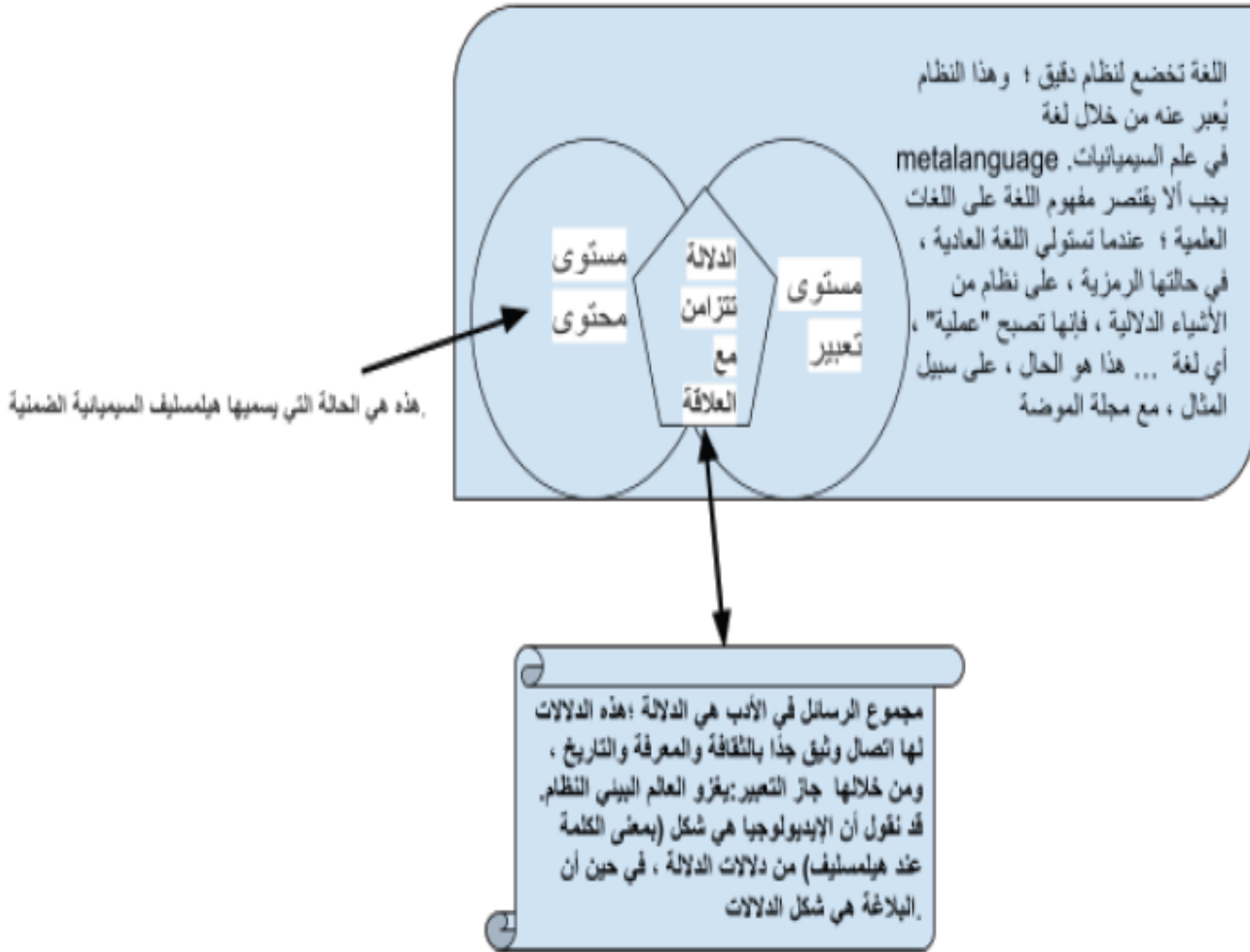
يرى غوتيي (Gautier) : الصّورة حاملة لبصمات قويّة لأصولها الفرديّة والتّاريخيّة، ويقول أيضا: "أن الصّورة في حدّها الأدنى عبارة عن ملفوظ وهذا يعني أنّه بإمكانها اقتراح عدّة ملفوظات، وينطوي هذا الملفوظ على بنية لمجموع مدرك ومباشر."<sup>2</sup> وفق منظور (Gautier) الصّورة: هي الإنتاج المادّي لموضوع معيّن بواسطة نظام بصريّ سواء كان صورة فوتوغرافية أو رسما أو شكلا هندسيّا أو مزجا بينهما، وهي خصائص الملمصقات الإشهاريّة ومنها خاصيّة الثّبات Fixit. غير أنّ الباحث، Schefer Louis Jean (لا يُخفي تناقض ورمزية مفهوم الصّورة، إذ يشكّل تمظهرها لما لا يمثّله أصلا في محتواه الجليّ manifesté contenu بمعنى أنّه ليس للصّورة تواجد سوى في وظيفتها التّكراريّة الاستهلاكيّة Anaphorique للواقع)<sup>3</sup>

1 - خالد فهي، الضوابط القانونية والأخلاقية للإعلان بين النظرية والتطبيق دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية سنة 2007، ص32.

2 - محمّد الهجابي. (التصوير والخطاب البصري)، الرباط: ديوان 3000، 1994، ص 67. ص 68.

3- Jean Louis Scheffer, L'image le sens investi, 4-3 communication, Edition : seuil, n15 p 216-219.

ووفق منظور الباحث، الصّورة : وحدة إدراكيّة ودلاليّة دون مكونات إيحائية خالصة sémique أو سيميّة تتمظهر كلياً في أنظمة أخرى ، وهكذا فإن الصّورة لا يمكنها أن تمتلك سننا سوى عن طريق تحريك نظام آخر، وأتّها ليست وحدة بالمعنى الكامل، بل وظيفة استثنائية في المجال التماثلي، على هذا الأساس، فإنّه ليس بالإمكان أن تعوّض الصّورة الخطاب اللّغوي، فمهما كانت الصّورة موجبة ومعبرة ورغم قدرتها الهائلة على تفجير الأبعاد الدلالية، يبقى المتلقي هو المحلّل من حيث اعتماده على مقومات البيان والإفهام.



شكل يوضّح الارتباط بين التّعبير والمحتوى والعلاقة الدّلالية والمثال بمجلة إشهار الموضة.1

1 - Ronald Barthes Writing degree zero Elements of semiology Great Britain in 1967 in the Cape Editions series P149-153.

## 2) صورة الخطاب الإشهاري بين التمثيل والإدراك:

الصورة والتمثيل: حاول السيميائي الفرنسي رولان بارت، سنة 1964 أن يكمل ما بدأه أرسطو بخصوص "المحاكاة"، لكنه اعتمد مصطلح "التمثيل" بديلا عنه، وذلك في مقالته "بلاغة الصورة"، حيث تساءل: "هل يستطيع التمثيل التماثلي -أي النسخة؛ إنتاج نظام حقيقي للعلامة، وليس مجرد إصااق للرمز؟ ثم إلى أي حد يمكن التنظير للسنن التماثلية؟<sup>1</sup>". ويمكننا أن نتساءل معه بعبارات أخرى:

— إلى أي حد يمكن للصورة أن تمثل الشيء ذاته؟

— الحدود الدنيا التي لا يمكن للصورة التزول عنها لتغدو صورة للشيء؟

— الحدود القصوى التي لا يمكن لها أن تتعداها فلا تصبح ذات الشيء؟

— الحدود التي تفصل بين الصورة والرمز؟

— متى تكون الصورة صورة للشيء، ومتى تصبح مجرد رمز له؟

الصورة والإدراك: يتلقى المتلقي صورة ما، ثم يقوم بعمليات سريعة عبر ذهنه (بنيته الإدراكية) قبل أن يتعرف على ما يراه من موضوعاتها (المعطيات الموصوفة)، حيث إنه مزود بما يمكن أن نسميه "معجما" يشرح لما يتلقى هذا المعجم من حصيلة ما استنسخه من صور بصرية سابقة تم تخزينها في ذاكرته لتشكل "ثقافته البصرية"، حيث يعمل على استدعائها ومقارنتها بما يرى. ثم يعمل على استدعاء الصور المخزنة عبر ثقافته البصرية، تقع ضمن ما يطلق عليه "البنية الإدراكية".

إلى ذلك أشار السيميائي المغربي سعيد بنكراد فقال: "إن الإدراك لا يتم دفعة واحدة دون وسائط، فالصورة لا تحضر في الذهن باعتبار وجودها المخصوص، بل تأتي إلى العين من خلال: 2

## 3) المستويات الثلاثة لبلاغة الصورة الإشهارية:

ذكر "بارث Barthes في دراسته للصورة الإشهارية أن "للصورة الفوتوغرافية" ثلاثة مستويات تتمثل في:

1 - Roland Barthes Rhétorique de l'image, [article], Année 1964 Volume 4 Numéro1 Communications, p40-51.

2 - السيميائيات.. مفاهيمها وتطبيقاتها، منشورات الزمن، 2002، ص: 85.

- الصّورة التّعينيّة: الصّورة في تعينيّتها وطبيعتها التماثليّة مؤسّسة لرسالة بدون سنن، وموضوعية وبريئة، ويذكر "بارث" أن التّمييز لا يتمّ عبر القراءة العاديّة في مستوى التلقي، لأن متلقي الصّورة يخضع لعمليّة الإرسال أو بثّ الصّورة في مستواها الإدراكي والتّعيني في الوقت نفسه، لذا تستوجب عمليّة الفصل إلى اجتهاد ذهني وفكري عبر قراءة مركّزة، ويشير أيضا إلى أنّ الصّورة الفوتوغرافية كونها تبدو تماثلية، فهي مقصاة ذهنيا من كل دعامة مسنّنة، أي أنّها رسالة مسترسلة continu، فليس هناك مكان للبحث في وحدات دالّة في الرسالة الأولى.

- الصورة التضمينية (البلاغة المسنّنة): تعادل الصورة التضمينية المستوى الإيحائي الذي تتمظهر فيه البلاغة، باعتبارها مجموع الدوال التضمينية لإيديولوجيا تنوع حسب نوع مادة تلك الإيديولوجيا، فتظهر البلاغة باعتبارها المظهر الدال للإيديولوجيا، ويقوم "بارث" في تحليله تعادلات مفاهيمية بين البلاغة والتضمين والشعرية والسنن الثقافيّة، وإذا كان للتضمين دوال نموذجية، فإنه يجعل كل دواله في وحدة، هي نفسها نجدها في الصحافة المكتوبة.

- المستوى اللساني: الصورة الإشهاريّة لا تعد وسيلة أو منتوجا إعلاميا فقط، بل موضوعا يمتلك تركيبية ذات بنية تتواصل مع بنية أخرى، وهو النص المكتوب سواء كان عنوانا أو مفتاحا أو ركيّزة خطية Line-Base وتظل هاتان البنيتان في تنافس، لكن محقتين وحدة منسجمة ومتداخلة، فالعلاقة بين النص المكتوب والصورة (البصرية) تشكل علاقة تكاملية وتفاعلية للصورة ويثقلها بملح ثقافي وأخلاقي وخيالي .

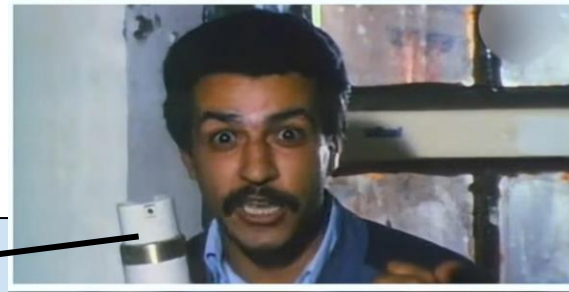
#### 4) حدود الدّراسة :

اقتصرت الدّراسة على مختارات لومضات إشهاريّة من التّلفزة الجزائريّة، خاصّة القناة الأرضيّة\*، في الفترة الزّمنيّة: من 1990 إلى غاية 2022، وهذا راجع للتطوّر الحاصل في تقنيّات العرض الإشهاريّ والوسائل المحيطة بها.

---

\* - قناة التّلفزيون الجزائريّ أو الأرضيّة هي تلفزيونيّة جزائريّة حكوميّة تابعة للمؤسّسة العموميّة للتّلفزيون، أنشأت عام 1956 أثناء الفترة الاستعماريّة الفرنسيّة في الجزائر، وهي من أهمّ القنوات التّلفزيونيّة في الجزائر تقوم بإنتاج برامج ترفهيّة ومنوّعة بالإضافة إلى العديد من المسلسلات والأفلام الجزائريّة، مقرّها الرئيسيّ يوجد حاليّا بالجزائر العاصمة وتحديداً ببلديّة المراديّة. منذ إنشائها القناة وهي تتّبع التّغطية عن طريق البثّ الأرضيّ إلى غاية سنة 2011 عندما أصبحت أيضا تبثّ فضائياً على قمر نايلسات بتقنيّة التّشفير.

العنف في الخطاب الإشهاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 1  
- (سوبر سم) يقتل الفئران والذبان  
سوبر سم) يقتل حتى  
... الجيران  
اشريه وأنت تتبسم؟



مبيد سوبر سم يقتل حتى الجيران

يمنع دفتر الشروط الخاص بالتلفزيون الإشهارات اللأدبيّة من خلال المادتين 38 و39، والتي تقابلها المادتين 37 و38 من دفتر الشروط الخاص بالإذاعة المسموعة، وهذا بحصر المبادئ المتعلقة باحترام الآداب والأخلاق والنظام العام فيما يلي:

- منع ما هو مخالف للأخلاق ومخلّ للآداب في الرّسالة الإشهارية.
- احترام الإشهار للقيم الوطنية والعالمية.
- خلو الإشهار من كلّ ابتذال، وهذا ما نصّت عليه أيضا المادة 34 الفقرة 3 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 "يشترط في الإشهار على الخصوص.... الخلو من كلّ ابتذال".
- عدم اللّجوء إلى مشاهد عنيفة أو المجازفة قصد تأكيد فاعلية المواد المشهريتها في الإشهارات التجارية أو إشجع الشّعوزة أو الخرافات.

امراة تصرخ في الليل بطريقة هيسترية لرؤية فأر؟



يحضر الزّوج ويسلم (مبيد سوبرسم) للقضاء على الفئران.



تجرّب الزّوجة المبيد الدّي (يصدر طلقات نارّيّة) وتقضي على الفئران ثم تعمّ الفرحة.



يصدر من الجار وزوجته صراخ شجار ثم يعمّ الحزن من جديد.

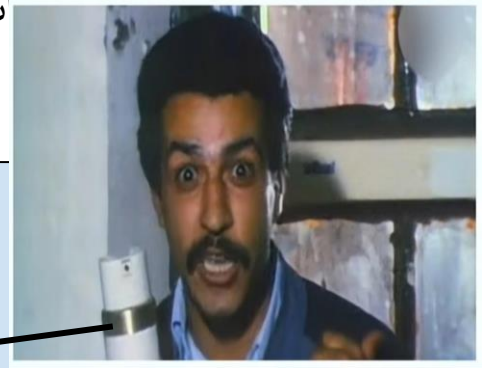




يقوم الزّوج برش المبيد (بصوت طلقات ناراية) من النّافذة على الجيران تخلصًا من صراخ



ن، سوبرسمّ يقتل حتّى الجيران وأنت تتبسّم...



كيف يتشابه الفأروالجارالجنب؟

وهل يقتل الجاربرصاص السم؟

ويشير بإبهامه إلى أنه قضى على الجيران؟

هذا تشجيع استعمال المنتج للقتل.. الانتحار..

قانون العقوبات الجزائي:

المادّة 284: أن كل من هدد شفهيًا بارتكاب جرائم القتل أو السّجن أو أي اعتداء آخر على الأشخاص مما يعاقب عليها بالإعدام أو السّجن المؤبد وكان ذلك بمحرر موقع أو غير موقع عليه أو بصور أو رموز أو شعارات، يعاقب بالحبس من سنتين إلى عشر سنوات و بغرامة من 500 إلى 5000 دج إذا كان التهديد مصحوبًا بأمر بإيداع مبلغ من النقود في مكان معين أو بتنفيذ أي شرط آخر.

أما المادّة 285 فتتّصّ على أنه إذا لم يكن التهديد مصحوبًا بأي أمر أو شرط فيعاقب الجاني بالحبس من سنة إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 500 إلى 2500 دج، وتنصّ المادّة 286: إذا كان التهديد مصحوبًا بأمر أو شرط شفهي فيعاقب الجاني بالحبس من ست أشهر إلى سنتين والغرامة من 500 إلى 1500 دج ويجوز الحكم عليه بالمنع من الإقامة من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر.

العنف في الخطاب الإشهاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 2  
ها هو الاشهار لمنتوج، ليقول هذا:  
الرجل: (شهرزاد) غير ليا، ويرد المصارع الآخر  
(أب المخطوبة) أنا لي ندي شامية، يجيب  
المصارع: نديها **ولا نموت؟**



صراع بالأيدي للظفر بقطعة حلوى شامية (شهرزاد)



زيارة لأجل خطبة الفتاة شهرزاد... جو عائلي رائع للتعارف والتقارب .



هل الإشهار لحلوى (الترك) نوعية شهرزاد يحتاج بعد التعارف لأجل الخطبة  
الصراع بالأيدي والتقاتل بالسيف (النقيض) ؟





المادة 39 من الأمر 06-97 تنصّ على أنه: (كل من حمل أو نقل سلاحاً أو عدة أسلحة من الصنف السادس من دون سبب شرعي يعاقب من 6 أشهر إلى سنتين سجناً ويغرم من 5 آلاف دج إلى 20 الف دج).

تنصّ المادة 25: "تكون العقوبة السّجن المؤبد إذا ترتب على المشاجرة أو العصيان أو الإجماع وفاة شخص من غير أعضاء العصابة. إذا وقع ضرب أو جرح أثناء المشاجرة أو العصيان أو الإجماع المنصوص عليها في هذه المادّة تكون العقوبة الحبس من سنتين (2) الى سبع (7) سنوات والغرامة من 200.000 الى 700.000 دج. ويضاعف الحد الأدنى للعقوبة المنصوص عليها في الفقرة الأولى من هذه المادّة إذا وقعت المشاجرة أو العصيان أو الإجماع ليلاً".

حددت المادّة معنى " السلاح الأبيض " المتمثل في " كل الآلات والأدوات والأجهزة القاطعة أو النافذة أو الرافعة، وجميع الأشياء التي يمكن أن تحدث ضرراً أو جروحاً بجسم الإنسان ، أو تشكل خطراً على الأمن العمومي كما هي محددة في التشريع والتنظيم المتعلقين بالأسلحة الساري المفعول ".



يردي الخصم أرضاً...

نقلت وكالة الأنباء الجزائرية عن رئيس الجمهورية الجزائرية عبد المجيد تبون أمره بـ"منع استيراد أو بيع أو حيازة أو استعمال أو صناعة السلاح الأبيض من سيوف وخنجر قصد تزويد عصابات الأحياء به، مع استثناء استفادة المعاقبين من هذه العصابات من إجراءات العفو".

العنف في الخطاب الإشهاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 3  
الزوج يمزج ويصرخ لعدم وجود عصير:  
(نقاوس) على مائدة الطعام  
!!بل يطرد الزوجة ويرسل لها ورقة **الطلاق**؟



صراخ وانزعاج الزوج ثم يغادر غاضبا ومعاتبا بالصراخ لغياب عصير (أفضل ما في الطبيعة)  
(نقاوس)



تغادر الزوجة البيت غاضبة ومعها الحقيبة.



هل الرابطة الزوجية وما لها من قدسية تستخدم في الإشهار لعصير؟  
وهل قيمة العصير أعلى من حياة الأسرة وتربية الأولاد؟

العنف في الخطاب الإشهاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 4  
الزوجة تصرخ بشكل كبير في وجه زوجها:  
لإحضار حفظات (راحي) للطفل



الصراخ وبصوت عال: وبوجه كهذا... لأجل حفظات

الدعاية لحفظات راحي يستدعي كل هذا العنف!

وحتى الزوج يرضخ.....بعد معركة الصراخ.



عدوى (الصراخ) أصابت الطفل.....



استخدام الصراخ ورفع الصوت والانفعال للحصول على المطلوب ؟  
استخدام العينين والفم والصوت ...هذا أسلوب زوجة مع زوجها (تمرد).  
والطفل كأنه مصاص دماء.... من أجل...



العنف في الخطاب الإشهاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 5  
للفوز في طمبولا، الخاسر **يضرب بالعصا** من:  
الأم في البيت و**بالحذاء** من الأب في الشارع



لم يريح في طومبولا فنال غضب الوالدين بوسائل للضرب.



تنصّ المادّة 93 من قانون العقوبات أنّ مقصّات الجيب، العصي العادي لا تعد أسلحة بيضاء، إلا إذا استعملت في القتل أو الضرب والجرح العمدي.

ويضرب الأب الولد بالحذاء في الشارع...



ضاعت هذه الهدايا .....مجرد رهان..هل هي كفيلة بالضرب!؟

**TOMBOLA  
2020  
NOBILEPHORE**

**السحب سيكون يوم 31 ديسمبر 2020**

**10  
MOTOS** **30  
PC**

**عنوان الإرسال : Lot 'D' N°10 EL-ACHOUR ALGER**

RED MOTION GROUP

PUB

استخدام العصا من الأم....والانفعال بوجه غاضب.  
استخدام الحذاء من الأب للضرب أمام الناس والجري لتعذيب الولد الخاسر.  
أسلوب عنيف لزيادة شراء منتج نوبيلوفور والمشاركة في المسابقة.

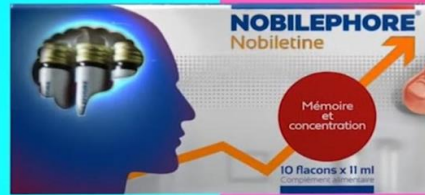
العنف في الخطاب الإشهاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 6  
تعريف الأولياء لأولادهم لتدني مستواهم  
الدراسي، والمشهر المخلص (نوبيلوفور) يقضي  
على النسيان؟



المنتوج المخلص (نوبيلوفور) وداعا للنسيان!؟

قل وداعا للنسيان

يلوفور



متوفر في الصيدليات فقط

## الحالة 1-

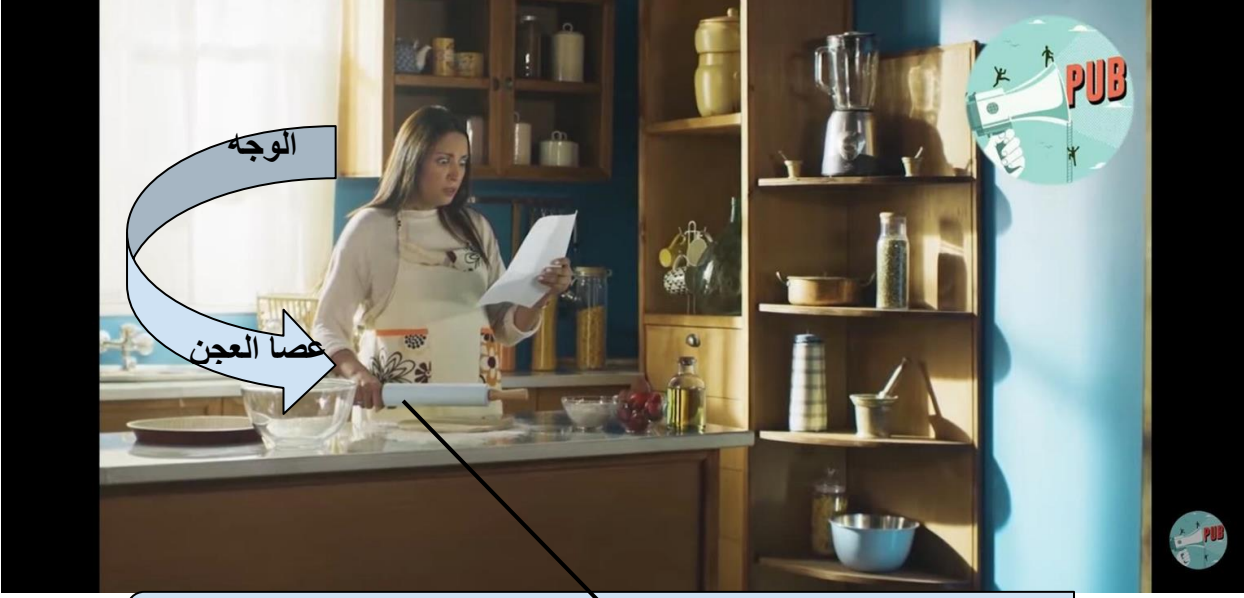
★ الأب يحمل الحذاء ويوبّخ الولد لتدنيّ المستوى الدّراسي.



الرّكض والضّرب بالحذاء تحت طائلة الفشل .  
عنف بدنيّ وعنف نفسيّ.

الحالة 2-

الأم غاضبة من نتائج البنت...



تحمل الأم وترفع عصا العجن غاضبة من نتائج ابنتها...



### الحالة 3-

ترمي الأمّ بضجر أوراق الولد وتوبّخه...



يبكي الطّفل.....من تدنّي مستواه وتوبيخ وتعنيف الأمّ.



#### الحالة 4 -

يهرب الطّفل من الأب ...

الطّفل يهرب- بطريقة خفيّة وفيها خوف- من توبيخ وتعنيف الأب.



توبيخ وتعنيف الأب....بطريقة الصّراخ ورفع اليد



العنف في الخطاب الإشهاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 7  
عجوز (خالتي عيشة) تقوم **بتعنيف** الناس  
..وتخويفهم لتناول المنتوج لأنه المخلص



الصّحفيّة تضع يدها على صدرها خائفة.....

الصّحفيّة تحاور (خالتي عيشة) وهي خائفة.....





## الحالة 1 -

العجوز(خالتي عيشة)تسحب وتستعمل المقصّ بطريقة عنيفة وتقطع التّقطير الغذائي الطّبي لأجل المنتج



المريض يعنّف....ويرضخ خائفاً..



من النّاحية الطّبيّة هل يعوّض دواء لاکتوفیبر(الذي يقضي على الأوجاع) التّقطير الطّبي؟!

## الحالة 2 -

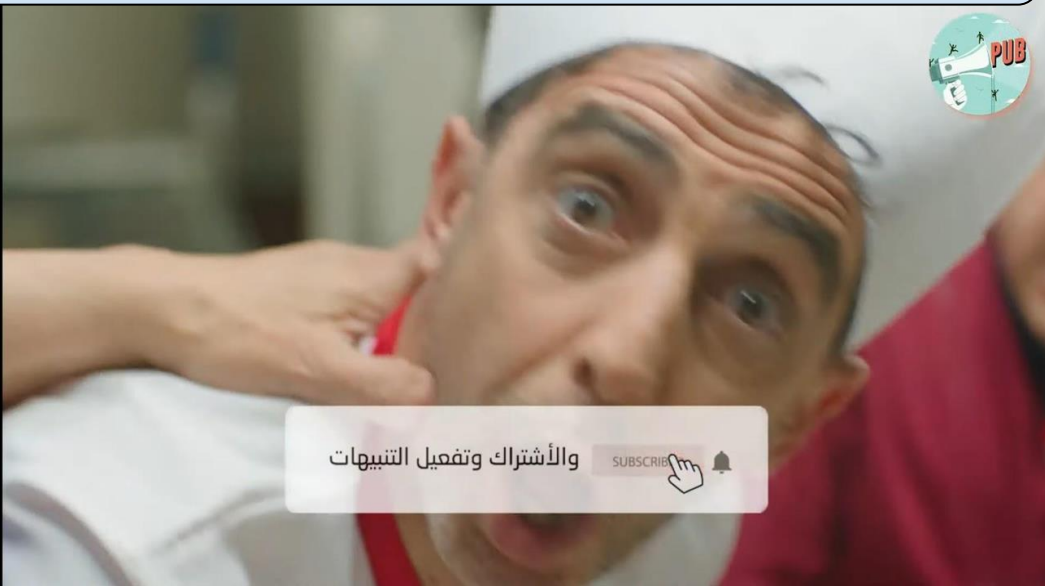
(خالتي عيشة) تكسر نظارات هذا العجوز بعنف... باستعمال اليد...



تكسر النظارات وتردها له بطريقة



الطباخ يشتكي آلام في الظهر.. تمسكه خالتي عيشة من رقبته وتدفعه



تغمس وجهه في الحلويات....وتلقنه درسًا بوجوب تعاطي الدواء



هذه الزبونة تسخر من المنتج لآكتوفبير داخل الصيدلية.



ترمي (خالتي عيشة) الدواء لآكتوفبير على ملابس السيدة....عقابًا لها حتى تتقبل المنتج.



العنف في الخطاب الإشعاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 8  
لاعب يعصف أو يفجر الملعب ويخرج من التلفاز  
ويدخل في البيت ليشرب عصير (روية



العائلة مجتمعة لمشاهدة مباراة في كرة القدم....

المشاهد يقول : سوف يطرقت (يخرج بعنف) اللاعب التلفاز....



اللاعب يحدث زوبعة أو انفجار عنيف يسقط اللاعبين أرضاً...قتلى أو جرحى!؟



المدرّبون يطالهم العنف من اللاعب العطشان....

والعجوز في الطّريق ينالها نصيب من الجلبة....



كلّ هذا التعنيف للنّاس في الملعب متفرّجون ، لاعبون ، مدرّبون ، في الشّارع.. من أجل قارورة عصير روية...



حياة النّاس في مقابل شربة من عصير روية

العنف في الخطاب الإشهاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 9  
عراك بالأيدي وتلاسن وحوادث سيارات وضجر  
وتعطل حياة الناس لفقد قهوة أروما



يبدأ الإشهارب سليمان وأحمد يضاربو (عراك بالأيدي)



سليمان وأحمد يضاربو في الحومة





والجارة (الحاجة) تخاصم جارتها وتقول لها من الشرفة: يا المسمومة....



يا المسمومة



حوادث مرور.....



ازدحام وغلق الطرق....



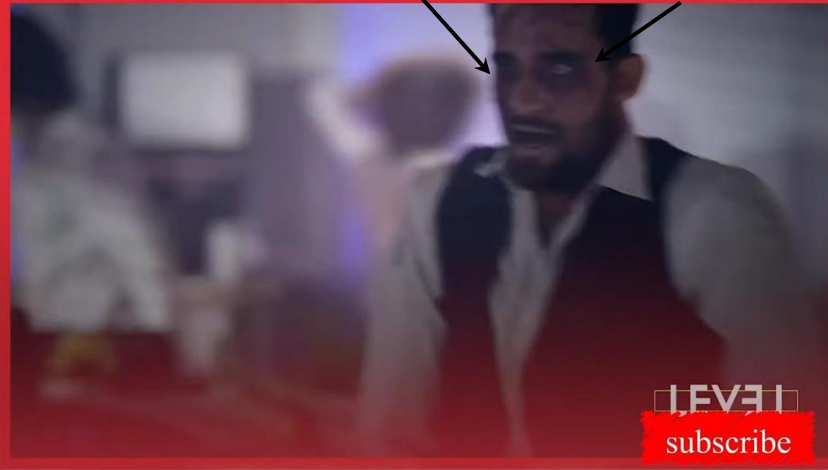
كل واحد كيفاش مستاسيونني

دون قهوة أروما يصير الناس زومبي....



بلا أروما نولو Des zombies

دون قهوة أروما يصير الناس...مجانين.



تناقس STRESS

.....شعار قهوة أروما (الحياة دون أروما) إنس..



أروما - AROMA

نصت المادة 10 من مشروع قانون الإشهار على أن: "كل إشهار تبثه الوسائل السمعية البصرية في الجزائر يجب أن يكون باللغة العربية"

العنف في الخطاب الإشعاري  
الجانب التطبيقي - الومضة 10  
رجل بهيئة مخيفة تحت جناح الظلام مع موسيقى  
مرعبة يفتح الباب على امرأة ليشهر لمنتوج زيت  
( الزيبان )



رجل يفتح الباب على امرأة في الليل ....



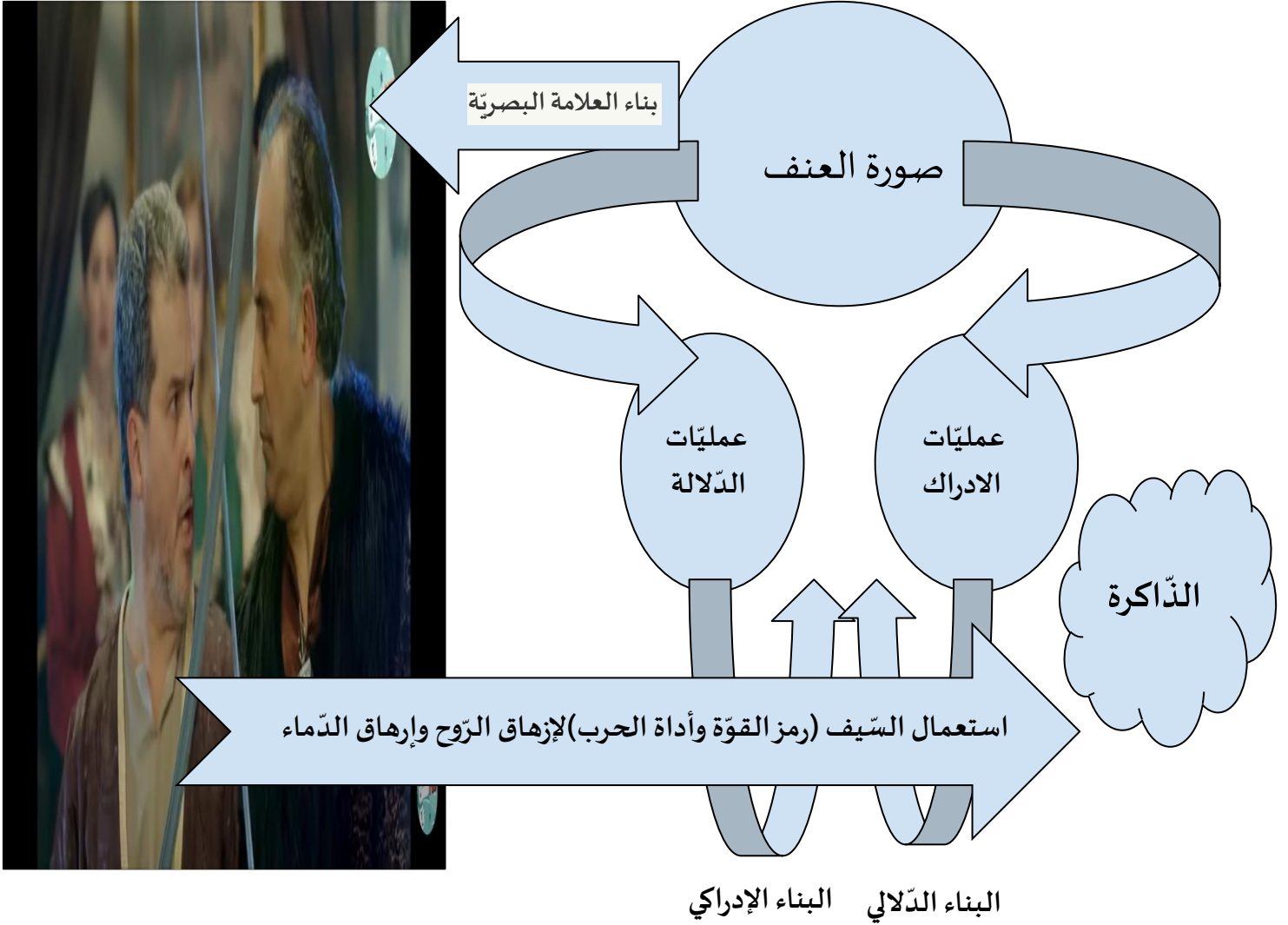
تنهض المرأة تصرخ بأعلى صوتها خائفة....



يضع الزيت في الباب....



## تحليل العنف في الومضات الإخبارية التلفزيونية:1



### شكل يوضّح الإدراك والدلالة في عنف الومضات الإخبارية

1 - قامت الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري (الهايكا) بتغطية إحصائية للإنتاج السمعي البصري للتصيف الأول من شهر رمضان في التلفزيونات التونسية، من ناحية مصادر الإنتاج والمضامين. أشارت إحصائيات الهايكا إلى أنّ نسبة مشاهد العنف تعدّ مرتفعة، فقد أكدت الهيئة أن المتابع للتلفاز لمدة ساعتين في رمضان يتعرض إلى نسبة عالية من العنف بلغت 227 مشهداً. أمّا بالنسبة للإشهار، فقد سجّلت الهايكا العديد من التجاوزات، يُنظر الموقع:

<https://nawaat.org/2017/06/28/%D8%A7>

يُرجعُ بعض الباحثين تنامي ظاهرة العنف إلى وسائل الإعلام: فالطفل مثلاً بطبعه يسعى دوماً للتقليد، ولعلّ البرامج التلفزيونية والإشهارات ذات الطابع العنفي لها تأثير كبير على غرس العنف لدى الأطفال المتتبعين لها، فيرى بعض الباحثين: «أنّ العنف عبر وسائل الإعلام يؤثر على الطفل اعتماداً على ما إذا كان هؤلاء الأطفال يرون العنف كعقاب أم ثواب، وأنّ الآلة الفيزيولوجية والنفسية للطفل هي التي تحدّد استجابته نحو العنف»<sup>1</sup>

## 1- الوصف العام Description générale :

الهدف من التّوصيف الوظيفي هو أن يكون هناك مخطّط واضح لكلّ من الواجبات والمسؤوليات لجعل العمليّة مباشرة ومركّزة قدر المستطاع.<sup>2</sup>

## 2- تحليل الرسائل اللسانية Analyse des messages linguistiques


الهدف	اللّغة	ضد	العبارة	الجانب اللّساني
إسكات الآخر	لغة الإقصاء والقتل	عائلة ضدّ عائلة	مبيد يقتل الجيران	1- ومضة مبيد سوبر سمّ
كسب ودّ الآخر	لغة الإقصاء والقتل	ربّ أسرة ضدّ ربّ أسرة	ندبها ولاّ نموت	2- ومضة شهرزاد
تغيير العادات	لغة الطّلاق	زوج ضدّ زوجته	الصّراخ والضّجر	3- ومضة عصير نقاوس
تقليد الجارة	لغة المناكفة	زوجة ضدّ زوجها	الصّراخ ورفع الصّوت	4- ومضة حفاضات راحلي
الفوز بسيارة	لغة الخصام في الأسرة	أب وأمّ ضدّ ولدهما	الصّراخ ورفع الصّوت	5- ومضة طومبولا موبيلفور

1 - طه عبد العظيم حسين، سيكولوجية العنف العائلي والمدرسي، دار الجامعة الجديدة، 2010. ص 294.

2 - أساسيات على تجنيد للتّوصيف الوظيفي نسخة محفوظة 25 سبتمبر 2018 على موقع واي باك مشين.

النّجاج الدّراسي	لغة اللّوم والتيئيس	أحد الوالدين ضدّ الطّفل المتّدرس	الصّراخ والتّوبيخ ورفع الصّوت	6-ومضة موبيلوفور وداعا للنّسيان
رضوخ وتقبّل الدّواء	لغة التّخويف التّاعم	عجوز ضدّ الرّجل أو المرأة	الصّراخ و الغصب	7-موبيلوفور وداعا للنّسيان
شرب العصير	لغة التّفجير	اللاعّب ضدّ الجميع	الصّراخ (يطرطق)	8-ومضة عصير روبية
الفوضى	لغة المجنون	الجميع ضدّ البعض	صراخ سباب وجنون	9-قهوة أروما
الإفزع	لغة كسر السّكون	رجل ضدّ امرأة	الصّراخ بأعلى صوت	10- ومضة زيت الزيّان

### 3. تحليل الرّسائل الأيقونيّة Analyse des messages iconiques

التّحليل	صورة العنف	الجانب الأيقوني
إسكات، قتل الجار	صوت رشّاش من المبيد	
القتال لشهوة البطن	سيف السّاموراي	



<p>ورقة الطّلاق تنهي غياب العصير على الطّولة</p>	<p>استعمال اليدين وتقطيب الحاجبين</p>	
<p>المنافسة للحصول على المطلوب</p>	<p>التكشير وشدّ العينين</p>	
<p>الخسارة يتبعها الضّرب</p>	<p>الضرب بالعصا في المنزل والمطاردة بالحذاء في الشّارع</p>	
<p>الفشل الدّراسي يتبعه الضّرب</p>	<p>محاولة الضرب (بالحذاء، عصا العجن)، رمي الأوراق</p>	
<p>قبول المنتوج وإلاّ العقاب</p>	<p>المقص، تكسير النّظارات، رمي سائل الدّواء، استعمال اليدين</p>	

<p>ضحايا جرحى وقتلى عقب الخروج من التّلفاز</p>	<p>لاعب يفجّر الملعب بمن فيه... ضحايا</p>	
<p>القهوة إكسير الحياة بفقدتها يكون الجنون (مخدّر)</p>	<p>ضرب، عراك الجيران، حوادث وازدحام السّيارات، جنون .....</p>	
<p>لا نوم بعد لا أمان</p>	<p>دخول دون إذن تحت جناح الظّلام لوضع زيت الأبواب</p>	

# الخاتمة

يُعدّ موضوع العنف في الخطاب موضوعًا شائكًا، لا تستوعبه هذه الرسالة، فبحثنا الموسوم بـ"خطاب العنف في الإشهار التلّفيّ الجزائريّ (نماذج مختارة)" انطلق من قضيةّ عامّة فحواها: "العنف في الخطاب وبالخطاب"، فاضطررنا إلى اختيار شكل من أشكال الخطاب المتعدّدة وهو "الخطاب الإشهاريّ التلّفيّ"، فعملنا على الغوص في أبعاده المفاهيميّة و التّاريخيّة ومثل ذلك فعلنا مع "العنف". ثم قمنا بتحليل بعض الومضات الإشهاريّة للوقوف على مظاهر العنف في خطابنا الإشهاريّ الجزائريّ.

هذه الدّراسة أفضت إلى عدّة نتائج عامّة وخاصّة، وفيما يلي أبرزها:

- إنّ تمثيل العنف داخل الصّورة الإشهاريّة يعود إلى تحوّل أنطولوجيّ لماهيّات اجتماعيّة موروثّة وتقديمتها على شكل علامات، أي باعتبارها عناصر ضمّت أنساقًا سينمائيّة.
- الومضة الإشهاريّة هي التي تعيد إنتاج الفضاء المادّي والواقعيّ بطريقة شبه واقعيّة.
- على مستوى التّشكيل الفنّي يمكن خلق وبناء فضاء إشهاريّ متخيّل واصطناعيّ، وعليه فالفضاء الإشهاريّ ليس إطارًا بسيطًا والصّور فيه ليست فقط عروض، فهو فضاء حيّ غير مستقلّ عن محتواه إذ هو مرتبط بالشخصيّات التي تتطوّر داخله، فهو يبرز الشخصيّات والأحداث في العمق، ويعدّ العمود الفقريّ الذي يربط عناصر الإشهار.
- ظاهرة العنف في الإشهار ليست مجردّ ظاهرة فقط أو تقنيّات أو لمسات مستعملة في خضمّ الأحداث؛ بل امتداد للموضوع والشخصيّات فهي مكوّن ليس ضروريًا يمكن أن تتخيّل أحداثًا دونه، خاصّة إذا علمنا أنّ الإشهار يستعمل كلّ شيء من أجل التّأثير على المستهلك، والأشياء هي أحد أهم هذه العناصر .
- يتعامل الإشهار مع المواطن الجزائريّ للأسف باعتباره مجردّ حيوان تُطبّق عليه كلّ أساليب التّرويض والتّحكّم الآلي حيث يُفقد حريته.
- العنف مكوّن متجذّر من مكوّنات النّفس البشريّة يستغلّه الإشهار في الجزائر للاستحواذ على المستهلك.

● البحث رام تقديم صورة حقيقية عن العنف في الخطاب الإشهاريّ الى حدّ ما، ذلك أنّ الخطاب الإشهاريّ عرضي لا يُسكّن النّفس ولا يروم البقاء في المخيال الإنسانيّ لأنّه يُشبع حاجة ثمّ يختفي... ومادام أنّه مرتبط بإشباع الحاجات فهو ليس بريئاً.

حاولنا بتحليل بسيط لبعض الومضات الإشهاريّة في مختلف قنوات التّلفزيون الجزائريّ معرفة بنية تركيب العنف داخلها ودلالاتها اللّسانية والأيقونيّة فيها، وعليه يمكننا طرح التّساؤلات التّالية التي قد تجد من يُبحرُ في أعماقها يوماً:

● ما هي دلالات بقاء العنف المجسّد في الومضات الإشهاريّة التي تبثّ على القنوات الجزائريّة العامّة والخاصّة؟

● وهل هناك إمكانيّة وضع هيئة لمراقبة الإشهار في الجزائر؟ لأنّ المجلس الأعلى للإشهار عجز عن الرّدع وبقيت التّصوص القانونيّة لا تطبّق.

● إذا كان هذا الكمّ الهائل من العنف موجود فقط في الإشهارات التّلفزيّة فكيف هي مظاهره في الإشهارات الأخرى؟ (في الرّاديو والإذاعة والملصقات في الشّوارع)

في الأخير، تبقى مهمة تطوير الخطاب الإشهاريّ ملقاة على عاتق المؤسّسات الحكوميّة والإعلاميّة، ومن غير الممكن أن يبقى الخطاب ثابتاً ضمن عالم متحرّك بسرعة هائلة ومذهلة لم تعد تقاس بالسّنين، فهذا العصر عصر المعلوماتيّة يحتاج رؤية ثاقبة وخطاباً إشهاريّاً متميّزاً خالٍ من العنف.

يقول روبير كيران: " إنّ الهواء الذي نستنشقه مكوّن من الأوكسيجين والنّيتروجين

والإشهار.<sup>1</sup>

---

1 - عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاريّ مكوناته وآليات استقباله، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 84. 85، مركز الإنماء القومي، ص 97.

# مكتبة البحث\*

---

\* - لم يُراع في ترتيب المصادر والمراجع: ابن، وأبو، وأم، و"ال".

## أ. الكتب المقدّسة :

القرآن الكريم: رواية حفص، مجّمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، ص.ب2626- المدينة المنورة.

## ب. الكتب الحديثية:

(1) الألباني، محمّد ناصر الدّين الألباني (ت 1999)، إرواء الغليل، حديث 1617، إشراف: محمّد زهير، المكتب الإسلامي، 1979.

(2) البخاري، التّاريخ الكبير، لمحمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة البخاري (ت 256هـ) ، تح: هاشم الندوي وآخرون، دائرة المعارف العثمانية، المجلد 3 ص334، حديث رقم: 1132.

(3) مسلم، أبو الحسن مسلم بن الحجّاج القشيريّ النّيسابوري (ت 261هـ)، صحيح مسلم، تح: محمّد فؤاد عبد الباقي، دط. دار إحياء التراث العربي- بيروت.

## ج. المصادر:

(1) التّفزة الجزائريّة ( القنوات العامّة والخاصّة).

## د. الكتب العربيّة:

(4) أحمد يسري، بحوث في الشّريعة والقانون، مجلس الدّولة، القاهرة، 1993م.

(5) الأنصاري، علي رفاعة، الإعلان، ط1، دار النهضة الحديثة، القاهرة، 1965.

(6) خالد فهمي، الضّوابط القانونيّة والأخلاقيّة للإعلان بين النّظريّة والتّطبيق دراسة تحليليّة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنّشر، الإسكندريّة سنة 2007.

(7) الرّازي، أبو عبد الله محمّد بن الحسن بن الحسين بن علي الرّازي (ت 604هـ) المحصول في علم أصول الفقه، تح: طه جابر العلواني، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1992، ج1.

(8) الرّمخشري، أبو القاسم محمود بن عمر (ت 538هـ)، أساس البلاغة، تحقيق عبد الرحيم محمود، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.

(9) السّعدي، عبد الرّحمان بن ناصر السّعدي (ت 1956)، تيسير الكريم الرّحمان في تفسير كلام المتّان، تح: عبد الرّحمان بن المعلّ اللّويحق، دار السّلام للنّشر والتّوزيع، القاهرة، مصر.

(10) سعيد بنكراد، السّيميائيات ... مفاهيمها وتطبيقاتها، منشورات الزمن، 2002.

(11) \_\_\_\_\_، الصّورة الإشهارية المرجعية والجمالية والمدلول الإيديولوجي، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 112، 113. ط 1385هـ-1965م.

(12) شدوان على شيبّة: الإعلان والمدخل والنّظريّة، دار المعرفة الجامعيّة، مصر، 9334.

(13) طه عبد العظيم حسين، سيكولوجيّة العنف العائلي والمدرسي، دار الجامعة الجديدة، 2010.

- (14) عبد السلام بن عبد العالي : بين بين، دار توبقال، الدار البيضاء، الطبعة الأولى، 996 م.
- (15) عبلة عبد العزيز عامر، العنف ضد المرأة والحماية المقررة لمواجهته في الشريعة الإسلامية، ط . دار النهضة العربية، القاهرة، 2010.
- (16) عصام الدين فرج، فنّ التحرير والإعلان والعلاقات العامة، دار النهضة العربية، القاهرة، 9334 م.
- (17) عطية سليمان أحمد، الإشهار القرآني و المعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية: سورة يوسف أنموذجا، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2015.
- (18) عليّ السّلي، إدارة الإعلان، ط1، دار المعارف، القاهرة، 1967.
- (19) فريد كورتل، الاتصال التسويقي، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية، الأردن، 2009.
- (20) مجدي محمّد جمعة، العنف ضدّ المرأة بين التّجريم وآليات المواجهة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013 م.
- (21) محمّد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، طبعة 2006.
- (22) محمّد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دط، دار مجدلاوي، أعمال الأردن.
- (23) محمّد عبد الرزّوف المناوي، التوقيف على مهمات التعاريف، تح: د . محمّد رضوان الداية، دار الفكر المعاصر بيروت، ط الأولى.
- (24) \_\_\_\_\_، فيض القدير شرح الجامع الصغير، المكتبة التجارية الكبرى مصر ط 1. 1356 هـ.
- (25) محمّد عبيدات، "سلوك المستهلك مدخل سلوكي"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- (26) محمّد الهجّابي، التصوير والخطاب البصري، الرباط: ديوان 3000. 1994.
- (27) مصطفى عبد القادر، دور الإعلام في التسويق السياحي، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2003.
- (28) مي العبد الله سنو، الاتّصال في عصر العولمة، الدّور والتحدّيات الجديدة، الدّار الجامعيّة للطباعة والنشر، بيروت، 1999.
- (29) نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، دط، 2013.
- (30) نور الدّين أحمد النّادي وآخرون، الإعلان التقليدي والإلكتروني، ط1، مكتبة المجتمع العربي، الأردن، 2011.

### هـ. الكتب المترجمة:

- (1) ميشال فوكو، حفريات المعرفة، تر: سالم يفوت، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 1987.



## و. المراجع باللّغة الأجنبيّة:

- 1) Altmanova, Jana; Du nom déposé au nom commun: Néologie et lexicologie en discours; EDUCatt - Ente per il diritto allo studio ... universitario dell'Università Cattolica; 2013.
- 2) Altmanova, Jana; Du nom déposé au nom commun: Néologie et lexicologie en discours; EDUCatt - Ente per il diritto allo studio universitario dell'Università Cattolica; 2013.
- 3) Bargiel, Réjane et Zagrodzki, Christophe; Le livre de l'affiche; Musée de l'affiche et de la publicité)France(; Editions Alternatives;1985.
- 4) Caron, André H et Caronia, Letizia; Culture mobile: les nouvelles pratiques de communication; PUM; 2005.
- 5) Charaudeau, Patrick; Cité par: Lugrin, Gilles; Ibid; Généricité et intertextualit.
- 6) Dayan, Armand; La Publicité; Presses universitaires de France; 1987.
- 7) Foucault, Michel; L'Archéologie du Savoir; Éditions Gallimard; 1969.
- 8) Hartman & Stork , Dictionary of Language & Linguistics , London, Applied Science publisher ,1970.
- 9) Henri JOANIS, De la stratégie marketing à la création publicitaire (la création publicitaire dans les magazines et les affiches, à la télévision, à la radio) éd. Dunod, Paris, 1995
- 10) J. Dubois & les autres, Dictionnaire de la linguistique et de sciences-2du langage du ,Paris: 1973, Ed: Larousse.
- 11) Jean LouisScheffer, L'imagele sens investi,4-3 communication, Edition : seuil, n15 .
- 12) M.Hawkins, Julia, Editorley, Mohamed, badawi, AL Muhit: oxford study dictionary of English 3, Académie international, Beirut 2010.
- 13) Rhétorique de l'image, [article], Roland Barthes, Année 1964 Volume 4 Numéro1 Communications.
- 14) Ronald Barthes Writing degree zero Elements of semiology Great Britain in 1967 in the Cape Editions series.
- 15) W MACKENZIE : POUVOIR, VIOLENCE D ECISION , ED ,P.U.F PARIS , 1979.

## ز. البحوث والدراسات الجامعية:

- (1) حسن العمران، العنف والمقدس والحقيقة، مؤسسة دراسات وأبحاث، الرباط، المملكة المغربية، 2015.
- (2) فايزة عثمان، ظاهرة العنف في الرواية الجزائرية من 2000 إلى 2013، مقارنة بنيوية تكوينية، جامعة مصطفى اسطنبولي، معسكر، شهادة ماجستير، 2015-2016.
- (3) قندوزي خديجة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية (على ضوء المشروع قانون الإشهار لسنة 1999)، مذكرة ماجستير، قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، الجزائر، 2000-2001.
- (4) محمّد ديلبي، المعالجة الصحفية لظاهرة العنف الأسري في جريدة النهار الجديد دراسة تحليلية لعينة من نسخة الشروق من الفترة الممتدة من شهر ديسمبر 2017 إلى شهر فيفري 2018، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، الشعبة: علوم إنسانية، التخصص: إعلام إلكتروني وصحافة مكتوبة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017-2018.
- (5) محمّد شبيحات، العلاقة بين التمويل الإشهاري والأداء الصحفي في الصحف اليومية الوطنية الخبر، الشروق Elwatan، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010-2011.

## ح. الموسوعات:

- (1) التهانوي، محمّد علي، موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم – الجزء 6 الأول (ط. الأولى)، بيروت: مكتبة لبنان، مؤرشف من الأصل في 15 ديسمبر 2019.
- (2) شاكري محمّد، "شرح جريمة السب في القانون الجزائري"، الموسوعة الجزائرية.

<https://www.politics-dz.com>

## ط. المعجمات العربية:

- (1) أحمد رضا (ت 1372هـ)، معجم متن اللغة، دار مكتبة الحياة بيروت، د.ط.
- (2) بولس موترد وآخرون، قاموس المنجد في اللغة والإعلام والإعلان، د.ط، دار المشرق، بيروت.
- (3) ابن سيده، أبو الحسن عليّ بن اسماعيل المرسيّ (ت 458هـ)، المحكم والمحيط الأعظم، تح: عبد الحميد هندراوي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.
- (4) الرّازي، محمّد بن أبي بكر بن عبد القادر الرّازي، مختار الصحاح، إخراج: دائرة المعاجم في مكتبة لبنان، مكتبة لبنان. ساحة رياض الصّالح، بيروت، 1986.

- (5) الزّمخشري، أبو القاسم محمود بن عمر (ت 538هـ)، المفصّل في صنعة الإعراب، تقديم: إميل بديع يعقوب، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 1420 هـ/1999م.
- (6) ابن فارس، أبو الحسن أحمد بن فارس بن زكريا (ت 395هـ)، مقاييس اللّغة، تح: عبد السلام محمّد هارون، دار الفكر، دمشق، سوريا.
- (7) الفراهيدي، الخليل بن أحمد الفراهيدي (ت 170هـ)، العين، تح: عبد الحميد هنداي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 2003م.
- (8) الفيروزآبادي، مجد الدين محمّد بن يعقوب (ت 817هـ)، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط8، 2005.
- (9) محمّد رواس قلعجي (ت 1435هـ)، معجم لغة الفقهاء، دار النفائس الرياض، ط. الثانية، 1408هـ.
- (10) أبو منصور الأزهري (ت 370هـ)، تهذيب اللغة، تع: عمر سلامي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان.
- (11) ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمّد بن مكرم (ت 711هـ)، تص: أمين محمّد عبد الوهاب، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، بيروت، ط2، 1993.

#### ك. المجلات والدوريات:

- (1) حميد سلامي، "ما هي الصورة" مجلة علامات. العدد 5. 1995.
- (2) الحوار المتمدن، العدد: 5282 - 11 / 9 / 2016
- (3) عبد العظيم محمّد صقّار، تحليل الخطاب وإشكالية المفاهيم، رؤية مقترحة، مجلة التّهضة، كلية الإقتصاد والعلوم السّياسيّة، القاهرة، مج 6، ع 4، 2005م.
- (4) عبد القادر بن الشيخ، الإعلانات عبر المسلسلات ومقاطعة المشاهدة، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01، تونس، 2005.
- (5) عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاريّ مكوّناته وآليات استقباله، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 84، 85، مركز الإنماء القومي.
- (6) S Jaideep "Publicity: Definitions, Characteristics, Importance and Objectives", Your Article Library, Retrieved 4-4-2017

#### ل. المواقع الإلكترونيّة:

- 1) <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=530934:11>
- 2) <https://alemelahdaf.com>
- 3) <https://nawaat.org/2017/06/28/%D8%A7>
- 4) [https://twitter.com/rehab\\_prof/status/1496607358012866567](https://twitter.com/rehab_prof/status/1496607358012866567)

- 5) <https://ultraalgeria.ultrasawt.com>
- 6) <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/violence/82071>
- 7) <https://www.politics-dz.com>
- 8) <https://www.rehlagmag.com/story/max-horkheimer-frankfurt-school-critical-theory>
- 9) [www.businessdictionary.com](http://www.businessdictionary.com)
- 10) [www.lettre.ac-versailles.fr](http://www.lettre.ac-versailles.fr)
- 11) [www.thebalancesmb.com](http://www.thebalancesmb.com)

### م. الملتقيات:

- 1) جمال مباركي ومحمد عبد الهادي، سيميائية الصورة الإشهارية: دراسة في رواية الإثارة، الملتقى الدولي السادس للنص الأدبي، جامعة محمد خيضر، 18-19 أفريل.
- 2) عبد الرحيم مودن، تقديمه للصورة الإشهارية باعتبارها محورا ليوم دراسي نظّمته مجموعة البحث في المعجم الأدبي عن الخطاب الإشهاري، علامات، العدد 18، 2002، المغرب.
- 3) الملتقى الوطني الأول حول (العنف والإجرام في الأحياء السكنية: الواقع، التشخيص وأساليب المواجهة)، جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة- يوم 23-24 ماي 2022.

### ن. الجرائد الرسمية:

- 1) الجريدة الرسمية، الأمانة العامة للحكومة الجزائرية، المطبعة الرسمية، حي البساتين، بئر مراد رابيس، الجزائر- محطة.
- 2) رئاسة الجمهورية الجزائرية، قانون الإعلام الجزائري، الأمانة العامة للحكومة، 2012.
- 3) رئاسة الجمهورية الجزائرية، قانون العقوبات، الأمانة العامة للحكومة، 2015.

# فهرس الموضوعات

## فهرس الموضوعات

المقدمة .....	أ، ب، ج، د
06.....	المدخل .
07.....	أولاً: العنف في الخطاب و بالخطاب .....
08.....	ثانياً: العنف في الخطاب و بالخطاب في الجزائر .....
09 .....	العنف في الجزائر بين المقاربة التّاريخيّة والمقاربة الأنثربولوجيّة .....
	الفصل الأول:العنف في الخطاب الإشهاريّ: نشأته ومفهومه وخصائصه وأشكاله وأحكامه القانونيّة
13 .....	توطئة .....
14 .....	المبحث الأول: النّشأة والمفاهيم .....
14.....	المطلب الأول: النّشأة.....
17.....	المطلب الثاني:المفاهيم.....
17.....	المفهوم الأول:الخطاب.....
22.....	المفهوم الثاني:الإشهار.....
24.....	المفهوم الثالث:الخطاب الإشهاريّ .....
26.....	المفهوم الرابع:العنف .....
31 .....	المفهوم الخامس:الإشهار التّلفزيّ .....
35.....	المبحث الثاني:خصائص الخطاب الإشهاريّ .....
35 .....	1- عناصر الخطاب الإشهاريّ .....
37.....	2- أنواع الخطاب الإشهاريّ .....
38.....	3- أشكال الخطاب الإشهاريّ .....
41.....	4- وسائل وأهداف الخطاب الإشهاريّ .....
41.....	5- أهداف الخطاب الإشهاريّ .....
42.....	6- خصائص الخطاب الإشهاريّ .....

43.....	المبحث الثالث: العنف والإشهار في ضوء القانون الجزائريّ
43.....	1.العنف في ضوء القانون الجزائريّ
47 .....	2.الإشهار في ضوء القانون الجزائريّ
51.....	3. الإشهار في ضوء القانون الإعلام الجزائريّ
53 .....	خاتمة الفصل

## الفصل الثاني الخطاب الإشهاريّ والضوابط الأخلاقية.العنف في الومضات الإشهارية

55 .....	مقدّمة الفصل: الخطاب الإشهاريّ و الضوابط الأخلاقية
58 .....	خطاب العنف في الإشهار التّلفزيّ الجزائريّ – الجانب التطبيقي-
59.....	الومضة 1 (سوبر سم)
63.....	الومضة 2 (حلولى الشّامية شهرزاد)
66.....	الومضة 3 (عصير نقاوس)
68.....	الومضة 4 (حقّازات راحلي)
70.....	الومضة 5 (طمبولا نوبيليفور)
72.....	الومضة 6 (دواء نوبيليفور)
77.....	الومضة 7 (دواء لاکتوفير)
81.....	الومضة 8 (عصير روبية)
85.....	الومضة 9 (قهوة أروما)
89.....	الومضة 10 (زيت الزيبان)
91.....	تحليل العنف في الومضات الإشهارية التّلفزيّة
96 .....	الخاتمة
99.....	مكتبة البحث

فهرس الموضوعات

الملخص

# المُلخَص



## ملخص الدراسة:

تعرضت هذه الدراسة لظاهرة العنف وتجلياته في الخطاب الإشهاري التلفزيوني الجزائري، فاستخدمنا فيها جانبا نظريًا وآخر تطبيقيًا؛ فالنظري فيه توضيح للمصطلحات والمفاهيم، وأدرجنا فيه كذلك نافذة قانونية على العنف والإشهار؛ أما التطبيقي ففيه بسط وتحليل ومضات إشهارية تحتوي على مشاهد عنيفة.

ولأنّ السيميولوجيا المعاصرة تعتمد على ترسانة من الأدوات الإجرائية لاكتشاف خبايا الصورة العنيفة؛ التي تشتمل على علامات ودلالات لها جذور في التمثلات الاجتماعية والأيديولوجية السائدة؛ اعتمدنا المقاربة السيميولوجية لقراءة عينة من الصور لومضات إشهارية.

ولقد انصبّ اهتمام الطالبين على اختيار عينة قصديّة من صور عنيفة عبر قنوات تلفزيونية جزائرية ضمن سلسلة إشهارات لمنوجات، وجدنا فيها تسريبًا للعنف بحمولة لسانية وأيقونية فيها الإيذاء الظاهر للآخر.

فأسفرت الدراسة على نتائج عديدة أهمّها:

- أنّ العنف في الخطاب الإشهاري بالجزائر في تنام مستمر.
- ويحتاج إلى مزيد من الجهود للتوعية بمخاطره لإيقافه عبر آليات رقابة صارمة.

الكلمات المفتاحية: الخطاب؛ الإشهار؛ التلفزة الجزائرية؛ العنف؛ قانون الإشهار؛ العنف في القانون.

## **Abstract:**

This study aimed to identify and expose the phenomenon of violence and its manifestations in the advertising discourse. So we used a theoretical aspect and a practical aspect. The theoretical clarification of terms and concepts, and we also included a legal window on violence and publicity. As for the practical one, it simplifies and analyzes advertising flashes that contain violent scenes.

And because contemporary semiology relies on an arsenal of procedural tools to discover the mysteries of the violent image, which includes signs and connotations that have roots in the prevailing social and ideological representations; We adopted the semiological approach to read a sample of the advertisements for the flashes of advertisements.

The students focused their attention on selecting an intentional sample of violent images through Algerian television channels within a series of advertisements for products, in which we found a leak of violence with a linguistic and iconographic load in which the apparent harm to the other.

The study resulted in several results, the most important of which are:

- The violence in the advertising discourse in Algeria is constantly growing.
- It needs more efforts to raise awareness of its dangers to stop it through strict control mechanisms.

**Keywords:** discourse; publicity; Algerian TV; violence; advertising law; violence in law.