



العنوان

البعد الأخلاقي للإشهار التلفزيوني الموجه للطفل

-دراسة سيميولوجية لعينة من الومضات الإشهارية بقناتي الشروق TV والنهار TV-

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

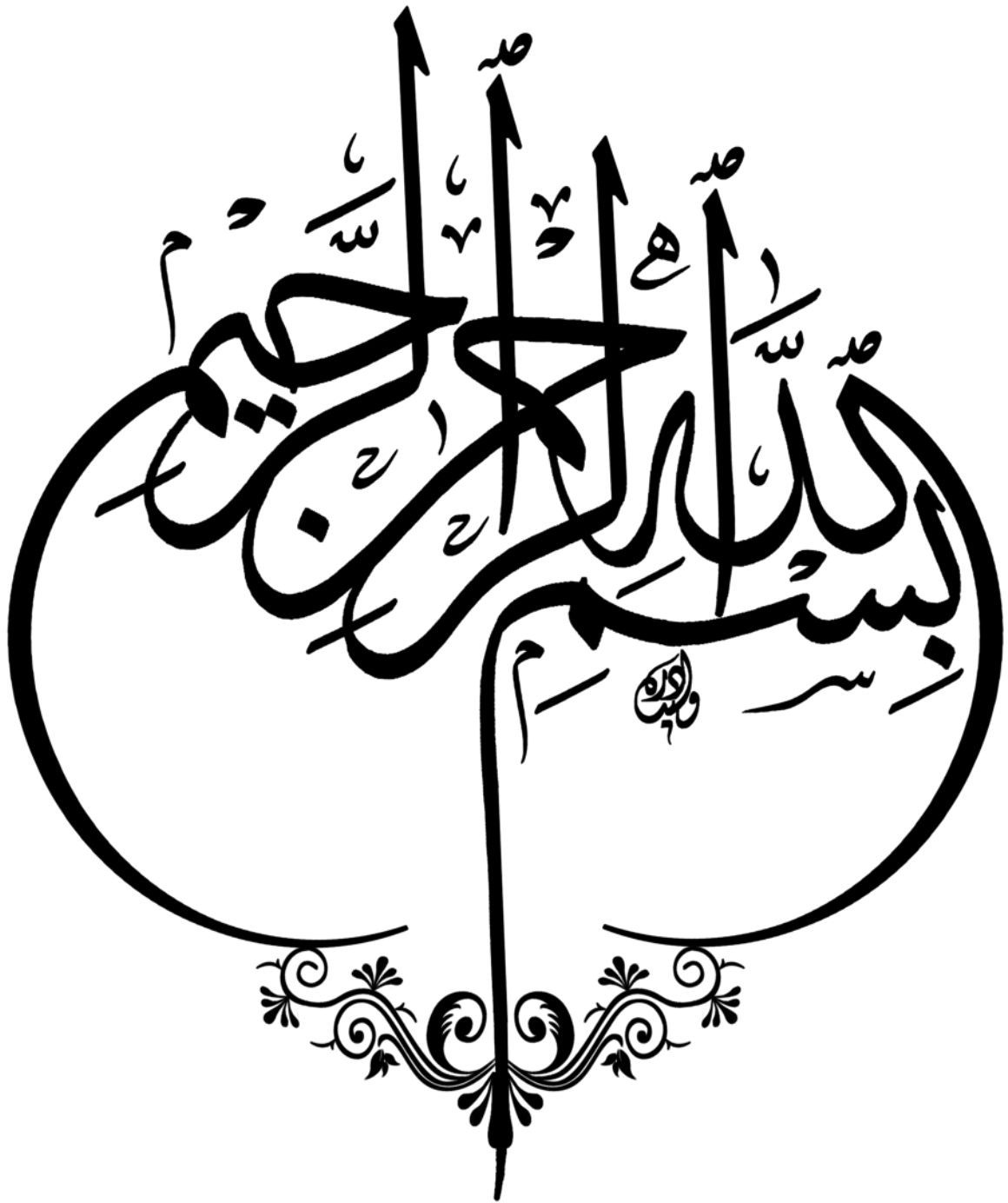
تخصص: السمي البصري

لجنة المناقشة:

رئيسا	الأستاذة: قرابلي سامية
مشرفا	الأستاذ: لعرج سمير
مناقشا	الأستاذ: بوطنبخ عز الدين

إعداد الطالبات:

- الطالبة: بونقطة بشرى
- الطالبة: برغوم أمينة
- الطالبة: بوكحيل سامية



شكرًا

الحمد لله الذي أنار لنا طريق العلم والمعرفة
ووفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع وأنعم علينا بالهدى و السداد رغم الصعاب
وبكل اللغات نتقدم بجزيل الشكر لأستاذنا
المشرف "الدكتور لجرع سمير" على مساندتنا وارشادنا بالنصح
و التصحيح وعلى اختيار العنوان والموضوع
و نشكر كل من
ساهم معنا أو أرشدنا وقدم لنا يد المساعدة من قريب أو من بعيد
في إعداد هذا البحث بإيصالنا إلى المصادر والمراجع المطلوبة في كل مرحلة من
مراحله
كما نتقدم بجزيل الشكر لكل
أساتذة ومسؤولي قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على مجهوداتهم في
تكويننا خلال الفترة الدراسية

إهداء

الحمد لله الذي لا يطيب الليل إلا بشكره
ولا يطيب النهار إلا بطاعته ولا تطيب اللحظات إلا بذكره
ولا تطيب الآخرة إلا بعفوه ولا تطيب الجنة إلا برويته
أهدي ثمرة جهدي إلى من تعب من أجلي ودفعتني نحو طريق العلم
"أبي الغالي" أطال الله في عمره
إلى التي منحني حنانها ودعت الله عز وجل أن ينير
درب نجاحي "أمي الحبيبة"
إلى أخي الغالي الذي كان العون والسند لي طيلة
مشواري الدراسي
إلى أخواتي اللواتي ملئنا حياتي حبا وأملا وعطاء...
إلى جميع أساتذتي المحترمين وصدقائتي
وإلى كل من نساهم قلبي ولم ينساهم قلبي
لكم مني كل الإحترام والتقدير

بشرى

إهداء

بعد مسيرة دراسية دامت سنوات، ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار
تعبتي وأرفع قبعتي بكل فخر، فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك

الحمد بعد الرضا لأنك وفققتني على إتمام هذا العمل

أهدي هذا العمل إلى من قال فيها الرحمن سبحانه وتعالى: " واخفض لها جناح الذل

من الرحمة وقل ربي إرحمها كما ربياني صغيرا"

إلى من سعى وشقا لأنعم بالراحة، الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي في طريق

النجاح "أبي العزيز" أطال الله في عمره

إلى من لم أجد كلمة جمال أصفها بها، إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها، إلى من

كان دعائها سر نجاحي "أمي الحبيبة"

إلى من شملوني بالعطف وأمدوني بالعون وحفزوني للتقدم إخوتي "راجح" "أحسن" و

أخواتي رشيدة "حورية" "سعيدة" "صبرينة" "صونيا" "ملاك"

إلى صغار العائلة "براءة" "دعاء" "إبراهيم" و"الكتكوتة رهف"

إلى من ساندني و حفزني و رفع معنوياتي طيلة مشواري الجامعي، دمت بخير

إلى من تذوقت معهم أجمل اللحظات صديقاتي "لطيفة" "بشرى" "وافية" "منال"

إلى كل من علمني حرفا في هذه الحياة

أمينة



إهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضعة

إلى من جعلها الله سببا في وجودي ومن منحني حياتها وحنانها وقدمت

لي الكثير

"أمي الغالية"

وإلى قدوتي في الحياة ومن أحمل اسمه بكل فخر وعلمي الصبر و

الإستمرار والمثابرة لتخطي صعاب الحياة

"أبي العزيز"

أطال الله في عمرهما وأزعم عليهما بالشفاء والصحة والعافية

إلى إخوتي سدي في الحياة "منير" "وائل" "هيثم"

إلى أقاربي وأخص بالذكر عمي محمد

سامية

ملخص الدراسة:

حاولت هذه الدراسة الكشف عن الأبعاد الأخلاقية للإشهارات التلفزيونية الموجهة للأطفال المعروضة على قناتي "الشروق TV" و"النهار TV"، وذلك من خلال التعرف على البعد الأخلاقي للشخصيات، وكذا التعرف على أبعاد ومعاني لباس الشخصيات في هاته الإشهارات محل الدراسة، ومعرفة مدى مساهمة الإشهارات في إدخال الثقافة الغربية على المجتمع الجزائري.

ولمعرفة طبيعة القيم السائدة في الومضات الإشهارية قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تجسد البعد الأخلاقي للإشهار التلفزيوني الموجه للطفل من خلال عينة الدراسة؟

كما اندرجت تحته مجموعة من الأسئلة الفرعية، وللإجابة على ذلك اتبعنا المنهج السيميولوجي، من خلال اتباع مقاربة رولان بارث والتي مكنتنا من تحليل مجموعة من الومضات الإشهارية المعروضة على القنوات العمومية والخاصة. أما بالنسبة لأداة الدراسة فتمثلت في أداة الملاحظة، كونها وسيلة هامة لجمع المعلومات والحقائق.

أما عينة الدراسة فتمثلت في العينة القصدية؛ والتي تضمنت أربع ومضات إشهارية.

و عليه فقد توصلت الدراسة إلى أن أغلب الومضات عكست القيم الغربية؛ وذلك من خلال توظيف الشخصيات بلباس غير محتشم، حيث ركزت على إظهار المرأة بصورة منافية للمرأة الجزائرية؛ أي أنها اعتمدت على إظهار النمط الغربي في بعض الومضات. كما أن المعلنين يستغلون براءة ونعومة الأطفال للترويج للسلع والمنتجات. إضافة إلى استخدامهم في الومضات محل الدراسة المعلنين كإستراتيجية إبداعية قصد إقناع الجماهير بالمنتوج.

كما كشفت الدراسة إلى أن الأطفال يلعبون دورا أساسيا في الإشهارات التلفزيونية، حيث يتم استخدامهم كأبطال بهدف إعطاء المنتج بعدا عائليا وإجتماعيا؛ وهذا ما يجعله مرجعا سلوكيا للأطفال المشاهدين.

الكلمات المفتاحية: البعد الأخلاقي، الإشهار التلفزيوني، الطفل.

Abstract :

"This study aimed to explore the ethical dimensions of television advertisements targeting children, which are broadcasted on Echourouk TV, Ennahar TV. The study analyzed characters and identified the semantic signs of their clothing, aiming to determine the extent to which these ads contribute to the promotion of western culture within Algerian society. To identify values in these advertisement spots, we asked the following question:

What is the ethical dimension of television advertisements targeting children?

For the answer to the question was utilized a semiotic approach, specifically Roland Barthes method, that we could analyze a sample of advertisement spots displayed on both public and private Algerian channels, and the tool of study is the tool of observation which is an important instrument to collect information and truths.

About the sampling of the study it is a sampling approach strategy of four advertisement spots.

The study found that most of the advertisement spots reflect western values by featuring characters, especially women, in immodest western style clothing that contradicts the nature and characteristics of Algerian women. Additionally, the advertisement spots exploited children's innocence as a strategy to promote products and goods, as well as the study revealed that children play a crucial role in television advertisements, being portrayed as heroes to give the product a family and social dimension, thus making them a behavioral reference for the viewers and audience.

Key words: ethical dimension, television advertisements, children"¹.

¹ تمت الترجمة من طرف الأستاذ: كحل السنان حسن

الفهرس

الفهرس

شكر وتقدير

اهداء

ملخص الدراسة

الصفحة	العنوان
1-2	- مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
05	- تمهيد
06	- أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
07	- ثانيا: أسباب اختيار الموضوع
07	- ثالثا: أهداف الدراسة
07	- رابعا: أهمية الدراسة
08	- خامسا: منهج الدراسة
08	- سادسا: أدوات جمع البيانات
09	- سابعا: مجتمع الدراسة
09	- ثامنا: عينة الدراسة
10	- تاسعا: تحديد المفاهيم
13	- عاشرا: حدود الدراسة
13	- احدى عشر: الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار النظري	
23	- تمهيد
24	- أولا: مدخل إلى الأخلاق
25	- 1- مفهوم الأخلاق
25	- 2- أهمية الأخلاق
26	- 3- الغاية من الأخلاق
26	- 4- منزلة الأخلاق في الإسلام
27	- 5- أنواع الأخلاق
27	- 6- نماذج الخلق
37	- 7- مصادر الأخلاق

38	- ثانياً: الإشهار التلفزيوني
38	- 1- تعريف الإشهار
38	- 2- مفهوم الإشهار التلفزيوني
39	- 3- نشأة وتطور الإشهار التلفزيوني
39	- 4- خصائص الإشهار التلفزيوني
40	- 5- أهمية الإشهار التلفزيوني
41	- 6- أهداف الإشهار التلفزيوني
41	- 7- أنواع الإشهار التلفزيوني
44	- 8- وظائف الإشهار التلفزيوني
44	- ثالثاً: الطفل والإشهار
44	- 1- مفهوم الطفولة
45	- 2- مراحل الطفولة
46	- 3- أهمية الطفولة
47	- 4- خصائص الطفولة
48	- 5- العوامل المؤثرة على تربية الطفل
49	- 6- علاقة الطفل بالإشهار
49	- 7- تأثير الإشهار التلفزيوني على سلوك الطفل
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
54	- تمهيد
55	- 1- البعد الأخلاقي للومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج حليب ميلكوسبراي
63	- 2- البعد الأخلاقي للومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج زريعة شيواوا
72	- 3- البعد الأخلاقي للومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج بيسكويت بيمو
81	- 4- البعد الأخلاقي للومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج حلاوة الروضة
89	- نتائج الدراسة التحليلية
94	- خاتمة
96	- قائمة المصادر المراجع



يعد الإشهار أحد الأنشطة الرئيسية في مجال التسويق لمختلف السلع والخدمات، فهو يؤدي دورا هاما في الحياة اليومية للأفراد، إذ يعتبر المصدر الرئيسي والأساسي للمعلومات بالنسبة للمستهلك من خلال تقديمه للخدمات التي تشبع حاجاته.

من أبرز أنواع الإشهارات نجد الإشهار التلفزيوني الذي يجمع بين الصوت والصورة بهدف إقناع المستهلك، أي أنه عملية إتصالية يقوم من خلالها المنتج بالترويج لمجموعة المنتجات أو الخدمات الموجهة عبر شاشة التلفزيون؛ قصد إقناعه بها وجعله يقبل على اقتنائها. فتغلغل الإشهارات التلفزيونية في ثنايا المواد الإعلامية جعلت منها تصل إلى كافة أفراد المجتمع وخاصة الأطفال، لذلك فالمعلنون يوظفون الأطفال للتأثير في الكبار وذلك من خلال وضعه كفاعل أساسي في الومضات من أجل استقطاب أكبر قدر من الجمهور.

ومنه فالأطفال يعتبرون من المستهلكين الأوائل بالنسبة للشركات والمؤسسات الإقتصادية والتجارية التي ترى فيه مستقبل زاهر وربح وفائدة مقابل الشركات المنافسة لها، وذلك من خلال توظيفهم في الإشهارات التلفزيونية، فهم يقبلون على مشاهدة الإشهارات أكثر من غيرهم خاصة تلك التي تعرض منتجات موجهة لهم، لأن الطفل يكتسب في مراحله الأولى من العمر مختلف السلوكيات الصحيحة والخاطئة.

الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل تطور من خلال قنواته ووسائله ومواده الإغرائية جعل المعلنين يستغلون هذه الشريحة كوجه إشهاري، وهذا ما نلاحظه في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، حيث توظف الطفل بكثرة كبطل في الومضات الإشهارية من أجل إستقطاب أكبر شريحة من الجمهور لإقتناء منتجاتهم، لأن هذه الفئة بإمكانها أن تؤثر على المستهلكين من خلال ملامحها وحركاتها وكل ما تقوم به من خلال الومضة الإشهارية. ولكنهم يهتمون الجوانب السلبية وكل ما تحدثه من تأثير على الاطفال من خلال مشاهدتهم للإشهارات التلفزيونية، لأنها تساهم بشكل كبير في التأثير على سلوكياتهم وتربيتهم.

إن الإشهارات التلفزيونية التي تستهدف الطفل تعتبر من أقوى الأدوات التسويقية و الوسائل الأكثر عرضة للإنتقادات بخصوص السلوكيات الأخلاقية من بينها الخداع، على سبيل المثال قدرة المعلنين على تشجيع الأطفال و إقناعهم على اقتناء منتجات التي قد تكون مضرّة أكثر من أن تكون صحية لهم، كما أنهم يتسببون في إحداث الكثير من الأخلاقيات التي تدفع الطفل إلى اكتساب البعض منها سواء كانت

سيئة أو حسنة، وبالتالي فالبعد الأخلاقي المسجد في الإشهارات أصبح مرجعا أخلاقيا للأطفال المشاهدين.

وحتى تكون هذه الدراسة المعنونة بـ"البعء الأخلاقي للإشهار التلفزيوني الموجه للطفل" مستوفية لجميع جوانبها، فقد اشتملت على ما يلي:

الفصل الأول: تضمن هذا الفصل عرضا تفصيليا لإشكالية الدراسة وتساؤلاتها، بالإضافة إلى الإجراءات المنهجية المتبعة.

الفصل الثاني: والذي يتمثل في الإطار النظري وقسمناه إلى ثلاثة أجزاء، حيث عنون الجزء الأول بمدخل إلى الأخلاق، فقد تناولنا فيه ماهية الأخلاق، إضافة إلى أنواع الأخلاق ومصادرها وأركانها، وكذلك الغاية من الأخلاق ومنزلتها في الإسلام. أما الجزء الثاني فقد تطرقنا فيه إلى الإشهار التلفزيوني من خلال تناولنا لماهية الإشهار التلفزيوني ونشأته، بالإضافة إلى خصائصه، أهميته، وظائفه، أنواعه.

أما الجزء الثالث فتمثل في الطفل والإشهار، تم ضمنه التطرق إلى ماهية الطفولة، مراحل نموها، خصائصها وأهميتها، العوامل المؤثرة على تربية الطفل، إضافة إلى علاقة الطفل بالإشهار وكذا تأثير الإشهار على سلوك الطفل.

الفصل الثالث: وهو الجزء التطبيقي من الدراسة، تم فيه التحليل السيميولوجي لعينة من الومضات الإشهارية الموجهة للطفل والتي مكنتنا من الإجابة على تساؤلات الدراسة. إضافة إلى النتائج العامة للومضات والخاتمة.

A graphic of a scroll with a black outline and a grey shadow on the left side. The scroll is unrolled, showing the text in the center. The text is written in a bold, black, Arabic calligraphic font. The scroll has a small circular detail at the top right corner, suggesting a binding or a roll.

الإطار
المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

ثالثاً: أهداف الدراسة

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: منهج الدراسة

سادساً: أدوات جمع البيانات

سابعاً: مجتمع الدراسة

ثامناً: عينة الدراسة

تاسعاً: تحديد المفاهيم

عاشراً: حدود الدراسة

احدى عشر: الدراسات السابقة

تمهيد:

يعتبر الإطار المنهجي من أهم الركائز الأساسية للبحث العلمي، فلا يمكن إنجاز بحث علمي دون التطرق إلى الجانب المنهجي، فهو النقطة التي ينطلق منها الباحث عند قيامه بدراسة أي موضوع. ولهذا فقد تطرقنا في هذا الفصل من الدراسة إلى جملة من العناصر، بدءاً من تحديد الإشكالية وتساؤلاتها بالإضافة إلى ذكر أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع، وكذا تحديد أهمية وأهداف البحث، مروراً إلى تحديد المنهج وأدوات جمع البيانات، ثم قمنا بتحديد عينة الدراسة ومجتمعها، وفي الأخير يتم عرض مفاهيم الدراسة وحدودها وصولاً إلى الدراسات السابقة التي تخدم موضوع دراستنا.

1- الإشكالية

يعتبر الإشهار التلفزيوني أحد أكثر الأنشطة الترويجية أهمية وتأثيراً في المستهلكين، وهو أحد الرسائل السمعية البصرية التي تحمل في ثناياها مضامين تحتوي على معلومات حول سلعة أو خدمة معينة، ويكون حلقة وصل بين المعلن والجمهور المتلقي من خلال نقل المنتجات المختلفة.

وقد استقطب الإشهار التلفزيوني اهتمام الباحثين والعلماء المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال لكونه يستهدف كل شرائح المجتمع وخاصة الأطفال، إذ يعد الإشهار التلفزيوني الموجه لطفل ذلك الإشهار الذي يظهر فيه الطفل كشخصية أساسية في الرسالة الإعلانية، فقد شهد تطوراً ملحوظاً في هذا العصر من خلال تطور وسائله وقنواته وتنوع موارده الإعلامية المتمثلة في الموسيقى والصور والألوان وهذا كل يساهم في جذب الأطفال والتأثير على أفكارهم وميولهم وسلوكياتهم، وقد أدرك المعلنون أهمية توظيف هذه الشخصية الهشة والحساسة في الإشهار التلفزيوني، فأصبحوا يركزون على هذه الفئة لأن ذلك سيثير فضولاً أكبر لدى الأطفال المشاهدين ويحفز تزايد إهتمامهم بالمنتجات والخدمات المعروضة من خلال تلك الإشهارات، وهذا من خلال إستغلال براءة الطفل وحركاته العفوية على الشاشة.

بعض الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل منها تلقى القبول والإستحسان والبعض الآخر يؤثر في سلوكياته وشخصيته، أي أن تلك الإشهارات تعمل على تشكيل صور ورسائل قادرة على إحداث كثير من التأثيرات السلوكية والأخلاقية في أي طفل، بحيث أصبحت الرسائل الإشهارية في ظل التطور التكنولوجي تساهم في إدخال نظام من القيم الأخلاقية التي يراها البعض دخيلة على المجتمع الإسلامي.

وبما أن دراستنا تهدف إلى فهم خصوصيات الرسالة الإشهارية في قناتي الشروق و النهار علاقتها بالقيم الأخلاقية السائدة في مجتمعنا قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تجسد البعد الأخلاقي للإشهار التلفزيوني الموجه للطفل من خلال عينة الدراسة؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية وهي:

- كيف تجسد البعد الأخلاقي في إشهار "حليب ميلكوسبراي"؟

- كيف تجسد البعد الأخلاقي في إشهار "زريعة شياوا"؟

- كيف تجسد البعد الأخلاقي في إشهار "بسكويت بيمو"؟

- كيف تجسد البعد الأخلاقي في إشهار "حلاوة الروضة"؟

2- أسباب اختيار الموضوع

توجد العديد من الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوع الدراسة المتمثلة في أسباب ذاتية وموضوعية يمكن توضيحها في النقاط التالية:

أ_ الأسباب الذاتية:

- _ الرغبة الشخصية لدراسة المنهج السيميولوجي.
- _ إثراء وتوسيع المعارف الشخصية.
- _ الرغبة في إبراز الرؤية الشخصية للإبعاد الأخلاقية للإشهارات التلفزيونية الموجهة للأطفال.
- _ الإهتمام والمويل لتحليل الإشهارات تحليلا سيميولوجيا.

ب_ الأسباب الموضوعية:

- إسهامنا بدراسة أكاديمية جديدة في مجال الدراسات السيميولوجية من أجل إثراء مكتبة الجامعة.
- قلة الدراسات التي تناولت الأخلاق في الإشهار التلفزيوني.
- ارتباط موضوع الدراسة بالتخصص الجامعي.

3- أهداف الدراسة:

- معرفة البعد الأخلاقي المجسد في الومضات الإشهارية عينة الدراسة
- محاولة التعرف على الأخلاق البارزة في الومضات الإشهارية
- تهدف هذه الدراسة إلى التعمق في دراسة تحليل الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل.
- محاولة التعرف على تمثيل الومضات للقيم الأخلاقية السائدة في مجتمعنا أم القيم الغربية للومضات.
- معرفة كيفية تأثير الإشهارات التلفزيونية الموجهة للأطفال على قيمهم الأخلاقية.

4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تناول موضوع مهم وهو تجسيد الطفل في الإشهارات التلفزيونية، وذلك عن طريق معرفة الأخلاق الموجودة في الومضات الإشهارية وعلاقتها بتربية الطفل، ومن جهة أخرى فإن أهمية موضوعنا تتمثل في معرفة ما يخلفه الإشهار التلفزيوني من أثر على سلوك الطفل وذلك من خلال الدور الذي يلعبه الإشهار داخل المجتمع خاصة أنه أصبح يوجه بصورة أكبر لفئة الأطفال، وهذا ما أدى إلى نشر قيم قد تعمل على تغيير تصرفاتهم وسلوكياتهم.

5- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج الركيزة التي تبنى عليها أي دراسة علمية، والتي يعتمد عليها الباحث في جمع الحقائق والوصول إلى الأهداف والنتائج المراد تحقيقها.

ويعرف المنهج بأنه: "الطريق والمسلك، وهو طريقة استعمال المعلومات ووضعها في موضعها الصحيح، وهو الطريق السوي والمسلك الناقد الذي يحكم الباحث ويلزمه على اختيار الألفاظ، الكلمات، التعبيرات، الجمل، المصطلحات والأساليب وربطها ببعضها بأحكام وبشكل إنسيابي يبتعد بها عن كل شذوذ والسياق التعبيري اللفظي"¹.

فالمنهج الأنسب لدراستنا هو منهج التحليل السيميولوجي الذي يقوم بالكشف عن مختلف الدلالات والمعاني الخفية للإشهارات التلفزيونية، يعني التحليل السيميولوجي " العلم الذي يدرس نظم العلامات وخاصة منها اللغوية والصورية (الأيقونية)²، ويسمح التحليل السيميولوجي لوسائل الإتصال الجماهيرية بوصف المعاني الإضافية، وتستعمل هذه المقاربة خاصة في مجال الرسائل الإشهارية، وسنعمد في تحليل الومضات الإشهارية على مقاربة الناقد الفرنسي "رولان بارت" الذي قسم القراءة الدلالية إلى مستويين:

- المستوى التعييني: الذي يتمثل في القراءة الوصفية للومضات الإشهارية.
- المستوى التضميني: والذي يتعلق بقدرة الباحث على تفكيك مختلف الدلالات التضمينية في الومضات الإشهارية.
- التحليل اللساني: يتمثل في العبارات الشفوية للشخصيات، المتجسدة في الومضات عينة الدراسة.

6_ أدوات جمع البيانات:

يقصد بها الوسائل التي يستخدمها الباحث في الحصول على البيانات من مختلف المصادر وبحكم أن دراستنا تحليلية فقد استخدمنا الملاحظة التي تعرف على أنها: "الإعتبار المنتبه لحادثة أو ظاهرة أو شيء ما"³.

وكذلك هي " الإهتمام أو الإنتباه إلى شيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه"¹.

¹ غازي عناية، البحث العلمي: منهجية الإعداد البحوث والرسائل الجامعية، دار المناهج، عمان، 2005، ص17.

² ميلود سفاري وآخرون: البحث في الإتصال، عناصر منهجية، ط2، مخبر علم إجتماع الإتصال، 2009، ص ص 93.

³ فهد خليل زايد، أساسيات منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار النفائس، عمان، 2007، ص114.

وقد أفادتنا الملاحظة في دراستنا من خلال تحليلنا لعينة من الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل.

7- مجتمع الدراسة:

نقصد به " جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث، فقد يكون المجتمع مكونا من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما"².

كما يعرف بأنه " جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها وقد تكون أعدادا كما في حالة تقسيم مضمون وسائل الإعلام، كما قد تكون برامج إذاعية أو نشرات إخبارية"³.

وفيما يتعلق بمجتمع دراستنا فقد تمثل في جميع الرسائل الإشهارية التي يبثها التلفزيون الجزائري، فقد تحصلنا على 115 ومضة إشهارية بثت على قناتي الشروق Tv و النهار Tv. وبهذا سنعتمد على بعض الومضات الموجهة للطفل المعروضة في تلك القنوات خلال الفترة الممتدة من 2017 إلى 2022.

8_ عينة الدراسة:

يقصد بالعينة أنها " جزء من مجتمع البحث تمثله تمثيلا مناسباً، وهي فئة جزئية من وحدات المجتمع لها نفس خواص المجتمع الأصلي وعليه فإن اختيار العينة وقياس متغيرات موضوع البحث تكون ممثلة لوحدات المجتمع الأصلي وعندما يفرغ الباحث من تغطية عينة الدراسة فإن هدفه الأساسي يتركز على تعميم النتائج المحصل عليها من دراسة العينة وإسقاطها على محيط المجتمع ومفرداته"⁴. و لأن مجتمع البحث كبير جدا فقد إعتدنا على الأسلوب العمدي أو القصدي لتحديد عينة البحث.

وتعرف العينة القصدية بأنها " العينة التي يختارها الباحث عن قصد بسبب وجود دلائل على أنها تمثل المجتمع الأصلي، كأن يختار الباحث مثلا عمال التلفزيون الجزائري لأنهم يحققون له أهداف بحثه، وذلك من خلال توافر البيانات اللازمة للباحث في أفراد هذه العينة، أي أن هذا النوع من العينات لا يكون مثلا لأحد بل توفر للباحث البيانات اللازمة لدراسته"⁵.

وفي دراستنا اخترنا عينة من مجتمع البحث الكلي، والتي تمثلت في أربع ومضات إشهارية التي تحتوي على الطفل وهي كالتالي:

¹ جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، دار الثقافة، عمان، 2007، ص120.

² محمد عبد العال النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، ط2 مؤسسة الوراق للنشر، عمان، 2015، ص77.

³ محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر، القاهرة، 2000، ص29.

⁴ لحسن عبد الله باشيوة وآخرون، البحث العلمي: مفاهيم، أساليب، تطبيقات، ط1، دار الوراق، عمان، 2010، ص258.

⁵ محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط1، دار أسامة، عمان، 2017، ص107.

- _ الومضة الأولى: منتج "حليب ميلكوسبراي"، على قناة (النهار TV).
- الومضة الثانية: منتج "زريعة شيووا"، على قناة (النهار TV).
- الومضة الثالثة: منتج "بيسكويت بيمو"، على قناة (الشروق TV).
- الومضة الرابعة: منتج "حلاوة الروضة"، على قناة (الشروق TV).

9- تحديد المفاهيم:

تحديد المفاهيم خطوة مهمة في البحث العلمي فهي تساعد على إزالة الغموض عن موضوع البحث، من خلال الشرح المفصل للمفاهيم الأساسية التي تركز عليها الدراسة: وفي دراستنا هذه سنتطرق للمفاهيم التالية:

9-1 البعد الأخلاقي: ويتكون هذا المفهوم من شقين هما البعد والأخلاق.

البعد:

لغة: ورد في معجم الرائد مصطلح البعد، بعد، يبعد أو الشيء صار بعيداً، والبعد هو اتساع المدى أو المسافة¹.

كما يعرف بأنه "أحد مكونات أو جانب من جوانب المفهوم، والذي يشير إلى مستوى معين من واقع هذا الأخير"².

الأخلاق:

لغة: جاءت كلمة أخلاق لغويا من الكلمة اليونانية ethics ، والتي تعني عادة أو ممارسة شائعة لشيء ما قد يكون عملاً جيداً أو شريراً³.

إصطلاحاً: "الخلق عبارة عن حالة نفسية تدفع الإنسان نحو العمل دون تفكير، وهذا الخلق النفسي قد يكون في الإنسان طبيعة فطرية مرتبطة بمزاج الإنسان من دون فرق بين ما هو خير أو سعادة أو شر أو شقاء"⁴.

إجرائياً: نقصد به في دراستنا تجلي بعض الأخلاق السيئة والحسنة في الوصلات الإشهارية الموجهة للطفل.

¹ جبران مسعود، الرائد: معجم لغوي عصري، ط7، دار العلم للملايين، بيروت، 1992، ص186.

² موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2004، ص155.

قبات أحمد، مدخل عام إلى الأخلاق الإسلامية، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زاخو (العراق)، العدد31، 2022³، ص18.

⁴ ليلي سوراني وآخرون، معجم المصطلحات الأخلاقية، ط1، مركز باء للدراسات، بيروت، 2006، ص13.

2-9 الإشهار:

لغة: "هي كلمة مشتقة من شهر، يشهر، وشهر الشيء أي ذكره وعرف به"¹.

إصطلاحا: لقد عرفت جمعية التسويق الأمريكية الإشهار بأنه: "وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والسلع والخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع"².

وهو "اتصال غير شخصي بواسطة وسيلة إعلامية لإرسال رسالة إلى المتلقي لإعلامه والتأثير عليه وإقناعه بالشراء، فيعمل الإشهار على خلق الحاجة إلى السلعة وزيادة الطلب عليها"³.

كما يعرف بأنه "أحد الأنشطة التي لا غنى عنها للأنشطة الإقتصادية من صناعة وتجارة وخدمات وغيرها من الأنشطة الإقتصادية وكذلك بالنسبة للمنظمات الخيرية غير الربحية والتي دون الإعلان عن مجهوداتها فلن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها في عملها وأدائها للرسالة"⁴.

إجرائيا: هو نشاط إتصالي يعتبر أداة ربط بين المنتج و المستهلك، اعتمادا على وسائط تختلف درجة استعمالها حسب قوة تأثيرها و انتشارها، و نقصد به في هذه الدراسة مجموعة الإشهارات التي تهدف إلى التواصل مع الجمهور و تعريفهم بالبعد الأخلاقي للإشهار التلفزيوني الموجه للطفل

3-9 التلفزيون:

لغة: مكون من مقطعين: télé و معناها عن بعد، vision ومعناها الرؤية، أي هو الرؤية عن بعد⁵

إصطلاحا: "هو عبارة عن جهاز يقوم بالنقاط صور ثابتة أو متحركة وتحويلها على موجات كهرومغناطيسية ونقلها عبر الأثير إلى مكان بعيد عن مكان النقاط الصورة ثم استقبالها من خلال جهاز استقبال وتحويلها إلى صور متطابقة للصورة التي تم التقاطها"⁶.

¹ لويس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، لبنان، 1986، ص406.

² علي فلاح الزعبي، الإتصالات التسويقية: مدخل منهجي وتطبيقي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2010، ص226.
محرز سعاد، الدلالات السيميولوجية للإعلان بالقنوات التلفزيونية العربية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم

³ الإجتماعية، جامعة وهران، 2013، 2014، ص9

⁴ عبد رزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة، عمان، 2011، ص299.

⁵ سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة، عمان، 2010، ص21.

⁶ عبد الباسط محمد الحطامي، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، ط1، دار أسامة، عمان، 2015، ص23.

"كما يعرف بأنه وسيلة اتصال جماهيرية سمعية بصرية، وهو من وسائل الإتصال المهمة المعاصرة حيث يتفوق بقدراته على جذب الإنتباه وشدة التأثير عن طريق استخدام الصوت والصورة والحركة في وقت واحد"¹.

إجرائيا: هو وسيلة إعلامية تعتمد على الصوت والصورة لنقل البرامج والمعلومات والأخبار المصورة وغيرها للمشاهدين؛ باستخدام أساليب مختلفة من أجل المحاولة في التأثير على الرأي العام.

9-4 الإشهار التلفزيوني:

"هو عبارة عن إتصال غير شخصي مدفوع الأجر، حيث يمثل مختلف نواحي النشاط التي تؤدي بمؤسسات الخدمات والشركات إلى استخدام التلفزيون من أجل إعلام وإقناع الجماهير برسائل فنية متنوعة حول سلعة أو خدمة بالشكل والمضمون الذي يؤثر فيهم فكريا وسلوكيا"².

إجرائيا: هو عملية إتصالية تهدف إلى جذب انتباه المتلقي وحثه على الإقبال على سلعة. ونقصد بالإشهار التلفزيوني من خلال موضوع دراستنا على أنه مجموع الومضات الإشهارية عينة الدراسة و الموجهة للأطفال والتي تم بثها على قناتي الشروق tv و النهار tv.

9-5 الطفل:

لغة: عرفه جميل صليبا في المعجم الفلسفي بقوله: "هو الصغير من كل شيء وقد يستوي فيه المذكر والمؤنث أي يطلق على الولد والبنات حتى سن البلوغ أو على المولود مادام ناعما ورخصا"³.

إصطلاحا: يقصد به "المرحلة التي تعقب الولادة مباشرة وتمتد حتى مرحلة الوعي الكامل والقدرة على اتخاذ القرار والقيام بالمسؤوليات وقد عرف علماء الإجتماع مرحلة الطفولة بأنها المرحلة التي يتكون فيها الصغير وهو الطرف المستجيب دوما لعمليات التفاعل الإجتماعي ويعتمد على والديه حتى النضج الفيزيولوجي والإقتصادي"⁴.

¹ محمد فريد عزت، الإتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية، ط1، دار النشر لجامعات، القاهرة، 2015، ص2018.

² جميلة بولمدن، الدلالات الأيقونية والأسنية في الإشهار التلفزيوني الجزائري، مجلة المعيار، جامعة قلمة، العدد3، المجلد27، 2023، ص240.

³ جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج2، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982، ص22.
سامية بن محمد، تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الإجتماع، كاية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة بسكرة، 2013، ص27 28.

كما يعرف بأنه "كل مولود في المرحلة الواقعة بين الطفولة ومرحلة المراهقة والحياة العمرية وأكثرها أهمية، وتلقين التربية والقيم للطفل في هذه المرحلة أساسي جدا لمراحل عمره القادمة ولمستقبل المجتمع ككل"¹.

9-6 الإشهار الموجه للطفل:

نقصد به في دراستنا مجموع الومضات الإشهارية التي يتوجه مضمونها للأطفال، بحيث يكون الأطفال مستخدميها الوحيدين أو يشكلون الفئة الأكبر من مستعمليها.

10- حدود الدراسة:

المجال المكاني: لقد تم اختيار التلفزيون العمومي و قناتي الشروق و النهار مجالا لهذه الدراسة، من خلال تحليل عينة من الومضات الإشهارية التي تخدم موضوع دراستنا.

المجال الزمني: يقصد به الفترة المستغرقة لإنجاز هذه الدراسة، و التي امتدت من 18 ديسمبر 2022 إلى 7 جوان 2023، حيث قسمت إلى ثلاثة مراحل و هي كالآتي:

المرحلة الأولى: امتدت من 18 ديسمبر إلى 1 فيفري، قمنا فيها بضبط العنوان و الخطة.

المرحلة الثانية: امتدت من 5 فيفري إلى 2 مارس، تم خلال هذه الفترة إنجاز الجانب النظري للدراسة.

المرحلة الثالثة: امتدت من 5 مارس إلى 7 جوان، تم خلالها إنجاز الجانب المنهجي و التطبيقي للدراسة، و ضبط المذكرة في شكلها النهائي.

11- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

أطروحة أحمد بوعون تحمل عنوان "الإعلانات الموجهة للطفل في القنوات الفضائية العربية" وهي دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الإعلانية على قناتي سبايستون وطيور الجنة، حيث أجريت سنة 2019 بقسم الإعلام والاتصال بجامعة قسنطينة 3. وقد اعتمدت الدراسة على التحليل المعمق لبنية الصورة الإعلانية للطفل في القنوات الفضائية العربية سبايستون وطيور الجنة . كما اعتمد الباحث على المنهج السيميولوجي من خلال قراءة الدلالات والمعاني الحقيقية لمختلف العناصر المكونة للإعلانات (الصور، الإضاءة، الرسالة الألسنية).

¹ أمال عميرات، الإتصال الإجتماعي وكتاب الطفل، دار البداية، عمان، 2015، ص7.

أما العينة فكانت قصدية عمدية، تمثلت في 8 ومضات تم بثها على قناة سبيستون وطيور الجنة بقصد إجراء مقارنات بين القيم المتضمنة في كلتا القناتين (قيم استهلاكية، ثقافية...).

وفي الأخير توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- تأكيد القيمة السيميولوجية لخطاب الاتصال الإعلاني التي دفعت بالباحثين إلى الاهتمام المتزايد بهذا الحقل المعرفي.

- مضمون الرسائل التي تصدرها هذه الومضات لديها قدرة كبيرة على التأثير في جمهور الأطفال سواء على مستوى تمثيل الأفعال الإقناعية أو العناصر التركيبية فهي تقدم للطفل المشاهد بصيغ خفيفة.

- ارتكزت معظم الومضات الإعلانية على أسوب الاعزاء وتوظيف الإستمالات الإقناعية العاطفية التي تخضع لمنطلق الحوافز النفسية، كما تميل أغلب المضامين إلى الحالات الإنفعالية مثل الفرح والسعادة والبهجة وهي الوضعيات التي يحبها الطفل.

- أصبح الطفل هو الشخصية المحورية في جل اعلانات القناتين محل الدراسة، ففي قناة سبيستون الطفل يظهر في السلع التي تعنيه أحيانا أخرى، أما في قناة طيور الجنة فقد جعلت حضور الأب والأم إلى جانب الطفل عاملا مهما.

التعقيب:

لقد ساهمت هذه الدراسة بشكل كبير في توجيه مسار بحثنا، كونها متشابهة معه دراستنا من حيث نوع المنهج وهو المنهج السيميولوجي ومن حيث نوع العينة وهي العينة القصدية . ولكن يمكن الاختلاف فيما بينهما أن هذه الدراسة تناولت بنية خطاب الرسالة الإعلانية الموجهة للطفل. أما دراستنا فهي تهدف إلى الكشف عن الدلالات الأخلاقية للطفل المتضمنة في الومضات الإشهارية المعروضة على القنوات الجزائرية.

الدراسة الثانية:

دراسة سطوطاح سميرة تحت عنوان "الإشهار والطفل" ، وهي دراسة تحليلية للأنماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضات الاشهارية وتأثيرها على السلوك الاستهلاكي للطفل، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عنابة 2010/2009.

اهتمت هذه الدراسة بالبحث في تأثير الإشهار التلفزيوني على الطفل من خلال دراسة أنماط الاتصال الأسري المقدمة في الرسائل الاشهارية . والمستخدم للتلأثير في السلوك الاستهلاكي للطفل خصوصا مع التطورات الهائلة التي تعرفها المجتمعات عامة والمجتمع الجزائري خاصة وانعكاسات هذا التطور على

المجال الإشهاري الذي بات سمة العصر إذ استعاد الإشهار التلفزيوني من مكانة وخصوصية الأسرة في حياة الطفل بالأخص في السنوات الأولى ليجعل من الاتصال الأسري والمواقف الحياتية اليومية داخل الأسرة مواقف يقدم في أطرها المنتجات بهدف تسويقها.

وقد حددت اشكالية الدراسة بالتساؤل الرئيسي: " ما هي أنماط الاتصال الأسري التي تقدمها الرسائل الإشهارية للتأثير في السلوك الاستهلاكي للطفل؟

وقد تم تفكيك التساؤل الرئيسي إلى عدة تساؤلات فرعية:

* تساؤلات تتعلق باستخدام أنماط الإتصال الأسري المقدمة في الإشهار التلفزيوني

_ ماهي أنماط الإتصال الأسري المقدمة في الإشهار التلفزيوني؟

- كيف تحت أنماط الإتصال الأسري في الإشهار التلفزيوني الطفل على السلوك الإستهلاكي؟

* تساؤلات تتعلق بكيفية تقديم أنماط الإتصال الأسري في الإشهار التلفزيوني

_ ماهي الأساليب الإقناعية المستخدمة لتقديم المنتجات المعلن عنها في الرسائل الإشهارية؟

_ ماهي القوالب الفنية المستخدمة لتقديم أنماط الإتصال الأسري في الرسائل الإشهارية؟

_ ماهي البيئة المقدمة في الإشهار وما مدى ملائمتها للأسلوب المستخدم في تقديم المنتج المعلن عنه؟

* تساؤلات تتعلق بالشخصيات الظاهرة في الإشهار التلفزيوني

_ ماهي طبيعة الشخصيات المشاركة في أنماط الإتصال الأسري المقدمة في الإشهار التلفزيوني من

حيث الملامح، نوع الشخصية، اللهجة، الملابس، العلاقات بين الشخصيات؟

_ ما مدى ملائمة هذه الشخصيات للمواقف الإستهلاكية المقدمة للطفل؟

* تساؤلات تتعلق بنوعية المنتجات المعلن عنها من خلال أنماط الإتصال الأسري

_ ماهي أنواع المنتجات المعلن عنها؟

_ ماهي المنتجات الأكثر استخداماً لأنماط الإتصال الأسري في الإشهار التلفزيوني؟

وقد اتبعت الباحثة منهجين أساسيين في هذه الدراسة هما؟

_ المنهج الوصفي: من خلال استخدام تحليل المحتوى كتقنية مكنتها من تحليل عينة من الإشهارات

التلفزيونية المأخوذة من القناة الوطنية في دورتها العادية وذلك في الفترة الممتدة من 03 جانفي 2008

إلى غاية 02 مارس 2008.

_ المنهج التجريبي: استعانت به الباحثة لقياس تأثير الإشهار التلفزيوني في سلوك الطفل الإستهلاكي مستعملة في ذلك خطوات هذا المنهج مما ساعدها في إجراء التجربة على القسم التحضري بمدرسة قنون عمار بدائرة بن عزوز في الفترة الممتدة ما بين 25 أكتوبر 2008 إلى غاية 13 نوفمبر 2008. أما عينة الدراسة فتمثلت فيما يلي:

_ عينة الدراسة التحليلية: تمثلت في العينة القصدية والتي ضمت 10 إشهارات.

_ عينة الدراسة التجريبية: فقد ضمت 75 تلميذا من مدرسة قنون عمار، يمثلون تلاميذ الأقسام التحضيرية مقسمين إلى ثلاثة مجموعات إحداها ضابطة والأخرتين تجريبيتين. ومن النتائج التي توصلت إليها الباحثة نذكر أهمها:

_ ظهور نمط الأسرة الإستشارية كنمط مستعمل في إشهارات عينة الدراسة.

_ ظهور نمطي أسرة دعه يفعل ونمط التعددية وهما نمطان مختلفان تماما عن النمط الإتصالي الموجود في الأسرة الجزائرية.

_ إعتقاد إشهارات عينة الدراسة على تقديم مجموعة من السلوكات لحث الأطفال على السلوك الإستهلاكي.

_ الإهتمام الكبير بالجوانب الفنية والإخراجية في بناء الرسائل الإشهارية.

التعقيب:

لقد ركزت الدراسة على التأثير الذي يحدثه الإشهار التلفزيوني على الطفل من خلال دراسة أنماط الإتصال الأسري المقدمة في الرسائل الإشهارية، أما فيما يخص دراستنا فنهدف إلى معرفة البعد الأخلاقي للطفل، فهذه الدراسة تتشابه مع دراستنا من حيث العينة المتمثلة في مجموعة من الرسائل الإشهارية الخاصة بالطفل.

ويكمن الفرق بين الدراستين في طبيعة المنهج، حيث أن هذه الدراسة هي دراسة تحليلية وصفية لأنماط الإتصالية داخل الأسرة من خلال الومضات الإشهارية وتأثيرها على السلوك الإستهلاكي للطفل، أما دراستنا فهي دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الإشهارية.

الدراسة الثالثة:

دراسة طرابلسي أمينة وهي رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال بجامعة قسنطينة بعنوان "إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال" وهي دراسة وصفية تحليلية لإعلانات قناة سبسيبتون الفضائية.

انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما هو مضمون إعلانات قناة سبيستون المتخصصة في برامج الأطفال؟

وقد قسمت الباحثة التساؤل الرئيسي إلى تساؤلات فرعية وهي :

_ ما هو النمط الإعلاني السائد في قناة سبيستون الفضائية؟

_ ماهي الأبعاد التي تركز عليها إعلانات قناة سبيستون؟

_ هل تعبر هذه الإعلانات على النمط الثقافي العربي؟

وقد اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف وتحليل المواد الإعلانية لقناة سبيستون، وكذا الإستعانة بمنهج تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات من خلال تصميم إستمارة مكونة من فئتي شكل الإعلان وفئة المضمون.

أما العينة التي قامت الباحثة باختيارها هي العينة العشوائية المنتظمة، وقامت باختيار مفردتها بالطريقة التالية:

من بداية فترة زمنية تتمثل في العطل المدرسية الرسمية بحيث اختارت عطلة الصيف والربيع والشتاء لمدة 32 يوم. وبما أن عينتها كبيرة الحجم إلا أنها قامت بتقليص حجمها إلى 50%، أي أنها اختارت عينة ممثلة ل 16 يوم، وبناء على هذه المسافة المقاسة هي يومين ومن النتائج التي توصلت إليها الباحثة منها:

_ الحضور المعتبر للإعلان في قناة سبيستون وهيمنة نمط الإعلان السلعي على الأنماط الإعلانية.

_ الجمهور الأساسي لإعلانات القناة يتمثل في فئة الأطفال ثم الأولياء وأخيرا عامة الناس، وهذا يعكس توجه المعلنين نحو قطاعات سوقية جديدة تتمثل في المنتجات الموجهة للأطفال.

_ تتضمن إعلانات القنوات الكثير من القيم الإيجابية والإجتماعية كالتعاون، العمل، والإنجاز، والحفاظ على العبادات.

_ كثافة استخدام الإعلان الأجنبي المصدر لسلع إستهلاكية أجنبية، في حين ارتبط ظهور الإعلانات عربية المصدر في كل من الإعلان الخدمي وكذا الإعلان التوعوي. وتعزز المنشأ الأجنبي للإعلان بظهور واسع للشخصيات الأجنبية مع هيمنة كبيرة للموسيقى والغناء الأجنبيين.

التعقيب:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأنماط الإعلانية الغالبة على إعلانات قناة سبيستون من خلال القنوات الفضائية العربية المتخصصة في برامج الأطفال، بينما ركزت دراستنا على إبراز مدلولات القيم الأخلاقية في الومضات الإشهارية.

الدراسة الرابعة:

هي أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال للباحثة دليلة شريفي، تحت عنوان "الطفل والإشهار في التلفزة الجزائرية"، وهي دراسة تحليلية لعينة من الرسائل الإشهارية. إنطلقت الباحثة من الإشكالية التالية: ماهي الصورة التي تعكسها مضامين الرسائل الإشهارية التلفزيونية للطفل الجزائري؟ وما مدى حضور هذا الطفل في هذه المضامين الخطابية. ترى الباحثة أن المنهج الأنسب والأكثر ملائمة الذي يحقق أهداف الدراسة هو المنهج المسحي، الذي يستهدف الحصول على بيانات ومعلومات ويتضمن تحليل عدد من المفردات خلال فترة زمنية محددة.

أما عينة الدراسة فكانت العينة القصدية، وتمثلت في الومضات الإشهارية التي تخص الإشهار التجاري الموجه للإستهلاك.

ومن أبرز الإستنتاجات التي توصلت إليها الباحثة:

_ إن الطفل حاضر بشكل مكثف في مضامين الإشهار التلفزيوني الجزائري سواء كعضو فاعل في بناء المحاور السيكلوجية والفنية للومضة أو كطرف مكمل للمقتضيات الجمالية للموضوع الإشهاري.
_ تركز أغلب موضوعات الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل على منتوجات خاصة كالحلويات، المشروبات، الحليب، الشكولاتة، المربى... رغم أن هناك منتوجات أكثر فائدة مثل الكتب، الحواسيب النقالة، البرامج التعليمية والتكوينية.

_ أما عن الأساليب الفنية والإبداعية التي ميزت مضامين الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل فقد غلب عليها طابع الأغنية ذات الإيقاعات الخفيفة والكلمات الجذابة التي يسهل ترسيخها في ذهن الطفل، كما استخدمت التمثيلية وأسلوب شهادة الأطفال وتوظيف نجوم المجتمع.

التعقيب:

لقد تطرقت الباحثة في دراستها إلى التعرف على الصورة التي يوظف بها الطفل في المضامين الإشهارية التلفزيونية، فهذه الدراسة متشابهة مع دراستنا من حيث العينة المعتمدة وهي القصدية والمتمثلة في مجموعة من الرسائل الإشهارية.

ويكمن الإختلاف في كون دراستنا تناولت البعد الأخلاقي الموجه للطفل في الومضات الإشهارية، كما تختلف عن موضوع بحثنا من حيث جانب المعالجة حيث أنها اعتمدت على المنهج المسحي ودراستنا اعتمدت على منهج التحليل السيميولوجي.

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق ذكره نستخلص أن الإطار المنهجي يعتبر من الركائز الأساسية التي تبنى عليها أي دراسة، فهو يحدد الطريق الصحيح الذي يسلكه الباحث في دراسته. حيث قمنا في هذا الفصل بعرض جميع الخطوات المنهجية اللازمة والإجراءات الضرورية لإنجاز لهذه الدراسة.



الإطار
النظري

الفصل الثاني: الإطار النظري

تمهيد

أولاً: مدخل إلى الأخلاق

- 1- مفهوم الأخلاق
- 2- أهمية الأخلاق
- 3- الغاية من الأخلاق
- 4- منزلة الأخلاق في الإسلام
- 5- أنواع الأخلاق
- 6- نماذج الخلق
- 7- مصادر الأخلاق

ثانياً: الإشهار التلفزيوني

- 1- تعريف الإشهار
- 2- مفهوم الإشهار التلفزيوني
- 3- نشأة وتطور الإشهار التلفزيوني
- 4- خصائص الإشهار التلفزيوني
- 5- أهمية الإشهار التلفزيوني
- 6- أهداف الإشهار التلفزيوني
- 7- أنواع الإشهار التلفزيوني
- 8- وظائف الإشهار التلفزيوني

ثالثاً: الطفل والإشهار

- 1- مفهوم الطفولة
- 2- مراحل الطفولة
- 3- أهمية الطفولة
- 4- خصائص الطفولة
- 5- العوامل المؤثرة على تربية الطفل

6- علاقة الطفل بالإشهار

7- تأثير الإشهار التلفزيوني على سلوك الطفل

تمهيد

تناولنا في هذا الفصل الموسوم "الإطار النظري للدراسة" ثلاث عناصر أساسية حيث نسعى من خلال العنصر الأول إلى دراسة الأخلاق حيث تناولنا فيه العناصر التي تخص الأخلاق بدءاً من ماهيتها مروراً بأنواعها، مصادرها، منزلتها وأهم أركانها ، والعنصر الثاني فسنبصصه لتقديم حوصلة صغيرة حول الإشهار التلفزيوني من خلال مفهومه، خصائصه، أهميته، أنواعه، وظائفه. إضافة إلى مناقشة الطفل، مراحل نموه، خصائصه والربط بينه وبين استخداماته في الومضات الإشهارية.

أولاً: مدخل إلى الأخلاق

1-1 مفهوم الأخلاق:

ظهر مفهوم الأخلاق في تعريفات كثيرة منها:

لغة: ورد في المعجم الشامل للمصطلحات: "الأخلاق جمع خلق وهو السجية والعادة والطبع والمروءة، وهو يشكل صورة الإنسان الباطنية مثلما يشكل الخلق صورة الإنسان الظاهرة"¹.

اصطلاحاً: الأخلاق هي مجموعة من أفعال وتصرفات يفعلها الإنسان البالغ الذي يستطيع التمييز بين الخير والشر، وقد تعددت الآراء واختلفت وجهات النظر حول مفهوم الأخلاق حيث عرفها الغزالي في كتابه إحياء علوم الدين بقوله: "الخلق عبارة عن هيئة في النفس راسخة تصدر عنها الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر أو رؤية، فإن كانت الهيئة بحيث تصدر عنها الأفعال الجميلة المحمودة عقلاً وشرعاً سميت تلك الهيئة التي هي المصدر خلقاً وحسن"².

وتعد الأخلاق من السمات المميزة للإنسان ويتعلق موضوعها بما يقوم به الأفراد من أفعال حسنة وسيئة. ويعرفها باسكال على أنها: "الأخلاق هي علم الإنسان باعتبار أنها تميز الإنسان على غيره من الكائنات"³.

كما يعرفها تايلور: "بأنها منظومة القواعد والمعايير التي تصبح جزء من ثقافة المجتمع، متجسدة في عاداته وتقاليده وقوانينه، وذلك بعد أن تحكم هذه المنظومة سلوك أفراد المجتمع، وبالتالي فإن هذه المنظومة يستخدمها الفرد كدليل يحكم بموجبه على أخلاقه وسلوكه ويحدد بناء عليها ما إذا كان عمله صحيحاً أو خطأ"⁴.

ومنهم من عرف الأخلاق بأنها "مجموعة العناصر الشخصية كالفكر والعاطفة والغريزة، ومنهم عرف الخلق بأنها ميل نفسي يتحكم في الغرائز"⁵.

وهكذا يمكن تلخيص ثلاث معاني بارزة للأخلاق وتتمثل فيما يلي:

- الخلق يدل على الصفات الطبيعية في خلقة الإنسان الفطرية على هيئة مستقيمة ومتناسقة.

- تدل الأخلاق أيضاً على الصفات التي اكتسبت وأصبحت ممتزجة مع طبيعتها.

¹ عبد المنعم الحنفي: المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، ط3، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000، ص 31.

² أبو حامد الغزالي: إحياء علوم الدين، ج 3، دار المعرفة، بيروت، ص 53.

³ حسين عبد الحميد رشوان: الأخلاق، دراسة في علم الاجتماع الأخلاقي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008، ص 8.

⁴ ماهر عودة الشمايلية وآخرون: أخلاقيات المهنة الإعلامية، دار الأعصار العلمي، ط1، عمان، 2015، ص 9، 10.

⁵ سمير لعرج: الإعلام الجديد والأخلاق، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة جيل، العدد 2، 2021، ص 80.

- أن الأخلاق جانبين: جانبا نفسيا باطنيا وجانبا سلوكيا ظاهريا"¹

2-1 أهمية الأخلاق:

للأخلاق أهمية بالغة في حياة الشعوب والأمم، كما تتضح أهميتها بالنسبة للمجتمع حيث تمثل الجانب النفسي في حياة الإنسان. فهي بمثابة الركن المعنوي لكل عمل يقوم به وبمثابة الروح لكل بناء إنساني سواء في مجال الأسرة أو المجتمع.

" كذلك فإن مسألة الأخلاق من المسائل التي يجب أن يهتم بها الإنسان، فكل أمرئ محتاج أن يبني تصرفاته ويبرزها بالرجوع إلى مبدأ خلقي، لدى يجب عليه أن يسير على ذلك المبدأ ويقيس به تصرفاته وأفعاله ويحكم بها على تصرفات وأفعال الآخرين"²

كما اهتم الإسلام بالأخلاق فالإنسان بحاجة ماسة إلى نظام خلقي يحقق له حاجاته وميوله. إذن "فالأخلاق الإسلامية تمتاز بأنها تدفع إلى التكامل في الناء الإجتماعي الذي يقوم بإرساء العلاقات الإنسانية بين البشر على أساس الإيمان والإخلاص والتكامل في ميدان العمل والمعرفة وكلا التكاملين ضرورة لا بد منها لإيجاد حياة إنسانية سعيدة"³. كما أن الأخلاق النبيلة هي الصفات التي يتميز بها الإنسان وهي أساس السلوك الحسن سواء كان هذا السلوك باطنا أو ظاهرا. لدى فهي " ضرورة إجتماعية لها تأثير كبير في إضفاء السعادة على الأفراد حيث أن الإلتزام بالأخلاق الحسنة يزيد من محبة الفرد وتقبله لدى الآخرين ويستحق صاحبها الثناء"⁴.

3-1 الغاية من الأخلاق:

تعتبر الأخلاق أساس تقدم الأمم ورمز لثقافتها وحضارتها. وقد اهتمت الديانات السماوية بالأخلاق وجاء الإسلام خاتم الأديان ليحث الناس على مكارم الأخلاق.

"فالهدف من الإلتزام بالأخلاق هو إرضاء الله تعالى ولا ينبغي بتاتا أن يكون هدفه مدح الناس له لأن ذلك يعد من الرياء، والإسلام أيضا يهدف إلى بناء مجتمع يقوم على التراحم والتعاون والإيثار وحب

¹ محمد أحمد عبد القادر: من قضايا الأخلاق في الفكر الإسلامي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011، ص 30.

يعقوب المليجي: الأخلاق في الإسلام، مع مقارنة بالديانات السماوية للأخلاق الوضعية، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1985، ص 75.

³ محمد بدوي: الأخلاق بين الفلسفة وعلم إجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص 8.

عطاف منصور عياصرة: القيم الأخلاقية في المنهج النبوي وسبل تعزيزها في المؤسسات التربوية، مجلة الدخيرة للبحوث والدراسات الإسلامية، جامعة غرداية، العدد 1، 2018، ص 168.

الخير للناس من خلال العلاقات الحسنة مع الوالدين والأزواج والأبناء والأرحام والجيران... الخ ويهدف إلى حمل المسلم على التحلي بمكارم الأخلاق والعيش في ظلها¹.

كما أن حسن الخلق في الإسلام لا يعتبر سلوكاً مجرداً وإنما عبادة يؤجر عليها صاحبها وهذا ما يراه الغزالي حيث يقول: ".....فجملتها منحصرة في خمسة أنواع . الأول السعادة الأخروية التي هي بقاء لا فناء والنوع الثاني هو الفضائل النفسية وهي أربع (العقل، العفة، الشجاعة، العدالة) وتتكامل هذه الفضائل بالنوع الثالث وهي الفضائل البدنية المنحصرة في أربع (الصحة، القوة، الجمال، طول العمر)، وفضائل مطيفة بالإنسان هي (المال، العز، الأمل والكرم)، والنوع الخامس هي الفضائل التوفيقية وتتمثل في هداية الله ورشده وتسديده وتأبيده....."².

1-4 منزلة الأخلاق في الإسلام:

الأخلاق في الإسلام جزء لا يتجزأ من الشريعة الإسلامية، فقد اهتم الإسلام اهتماماً كبيراً بالأخلاق وجعلها النبي صلى الله عليه وسلم عنواناً لرسالته.

"و أخلاق المسلمين نابعة من القرآن الكريم والسنة النبوية والإجماع والقياس، وقد رعى الرسول صلى الله عليه وسلم الآداب وكان المثل الأعلى لها والعمل على تأديب أمته لها"³. وقد أثنى الله تعالى عليه في قوله: " ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴾ [القلم: 4]. فقد كان النبي صلى الله عليه وسلم قدوة لجميع المسلمين في الأخلاق فلم يترك فعلاً ممدوحاً ولا يفعل شيئاً مذموماً"⁴.

إذن فلأخلاق مكانة رفيعة في نظر الدين عامة والإسلام خاصة، " فالأخلاق الإسلامية متميزة لأنها تجعل مقياس الأخلاق السامية هي ابتغاء وجه الله ونيل رضاه بما يدفع الإنسان إلى القيام بأداء واجبه على أكمل وجه، كما تدعو الناس إلى إقامة نظام الحياة على أساس الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ومن ثم يبدو لنا أن هذه الأخلاق موجهة أصلاً إلى من يتمتع من الناس بالبصيرة، النفاذة، العقل المدرك والوعي حيث أنه قادر على أن يتعلم"⁵.

¹ خالد بن جمعة بن عثمان الخراز: موسوعة الأخلاق، ط1، مكتبة أهل الأثر، الكويت، 2009، ص 33.

² خالد بن جمعة شخظور وآخرون: مجلة العلوم الإنسانية، جامعة المرقب، ليبيا، العدد 18، 2019، ص ص 332، 333.

³ حسين عبد الحميد، أحمد رشوان: علم الاجتماع الأخلاقي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2002، ص 97.

عبد الغني محمود سلميان: القيم الأخلاقية في الغزوات الإسلامية وأثرها في الدعوة إلى الله تعالى، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2021⁴، ص 16.

⁵ فايزة أنور شكري: القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 115.

1-5 أنواع الأخلاق:

تنقسم الأخلاق إلى نوعين رئيسيين وتحت كل نوع خصال متعددة وتتمثل فيما يلي:

أ- **الأخلاق الحسنة:** "فالتحلي بالأخلاق الحسنة هي البعد عن أفعال الشر، فقد يختلف الناس ويتفاضلون إلا أن المجبولين عن الأخلاق الجميلة قليلون جداً، وتمثل الأخلاق الحسنة في حسن الأدب والفضيلة كالصدق، الشجاعة، العفة والكرم وغير ذلك"¹.

ب- **الأخلاق السيئة:** وهي الأخلاق المذمومة التي نهى عنها الإسلام، "فهي موجودة في الكثير من الناس كالكذب، الجبن، البخل والظلم إلى غير ذلك فهذه العادات غالبية على أكثر الناس"².
فمنهم من ينتبه على الأخلاق الرذيلة أو ينبه عليها بل يصر عليها مع العلم برداءتها وقبحها"³.

1-6 نماذج الخلق:

دائرة الأخلاق تشتمل على العديد من الأركان وتتمثل أبرزها فيما يلي:

1-6-1 الصدق:

الصدق من أهم الأخلاق الحميدة التي يتحلى بها المسلم، وهو صفة حسنة لها مكانة عظيمة داخل المجتمعات الإسلامية ومن أهم تعاريفه نجد:

* **لغة:** ورد في معجم لسان العرب: "صدق، يصدق، صدق وهو نقيض الكذب، ويقال صدقه الحديث أي أنبأه بالصدق والصديق الدائم الصدق الذي يصدق قوله وفعله"⁴، لقوله عز وجل: "(فَأُولَئِكَ مَعَ الَّذِينَ أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّالِحِينَ وَحَسُنَ أُولَئِكَ رَفِيقًا)" [النساء: 69]. وقوله أيضاً: "(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ)" [التوبة: 119].

* **اصطلاحاً:** ويمكن تعريف الصدق في الاصطلاح بأنه "مطابقة ما يصدر عن الإنسان من قول أو فعل لحقيقة والواقع وأساس الالتزام بالحق فهو الذي يهدي إلى البر والبر يهدي إلى الجنة والكذب لا يهدي إلا

¹ أبو عثمان عمر بن بحر الجاحظ: تهذيب الأخلاق، ط1، دار الصحابة لتراث، 1989، ص 13.

² المرجع نفسه، ص 13.

³ خالد بن جمعة بن عثمان الخراز، مرجع سابق، ص 26.

⁴ محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، ج10، أدب الحوزة، إيران، 1984، ص 193.

للنار. والصدق من مميزات ومكملات الإسلام وهو راحة للضمير وطمأنينة للنفس والإنسان الصادق في قوله وعمله يفوز بمنزلة الشهداء وينجي من عذاب يوم الحساب"¹.

وقد ورد الصدق في جملة من الآيات منها قوله تعالى: "(وَالَّذِي جَاءَ بِالصِّدْقِ وَصَدَّقَ بِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ)" [الزمر: 33].

1-6-2 الحلم:

الحلم من الخصال الحميدة التي يريد الله عز وجل من عباده أن يتحلوا ويتصفوا بها، ويتمثل في كظم الغيظ والبعد عن الغضب ومقابلة السيئة بالحسنة.

* لغة: ورد مفهوم الحلم في معجم لسان العرب بأنه: " الأناة والعقل، وجمعه أحلام وحلوم"².

* إصطلاحاً: لقد عرفه سعيد بن علي بن وهف القحطاني في كتابه الأخلاق في الإسلام بأنه: "حالة متوسطة بين رذيلتين : الغضب والبلاء فإذا استجاب المرء لغضبه بلا تعقل ولا تبصر كان على رذيلة، وإن تحلى بالحلم مع القدرة وكان حلمه مع من يستحقه كان على فضيلة. وهناك ارتباط بين الحلم وكظم الغيظ، وهو أن التخلق بالحلم يكون بالتحلم وهو كظم الغيظ"³.

وقد وصف الله سبحانه وتعالى نفسه بصفة الحلم في عدة مواضع من القرآن الكريم كقوله تعالى: "﴿وَلَقَدْ عَفَا اللَّهُ عَنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ حَلِيمٌ﴾" [آل عمران: 155].

1-6-3 العدل:

العدل من أعظم القيم النبيلة التي أمر الله تعالى بها وسعى الرسول صلى الله عليه وسلم لتطبيقها في المجتمع.

* لغة: جاء في معجم الوسيط بأنه: " الإنصاف، وهو إعطاء المرء ما له وأخذ ما عليه، ويقال عادل بين شيئين أي وزن بين شيء وشيء آخر"⁴.

لحمر وسام: علاقة القيم الأخلاقية بظاهرة الغش لدى الطالب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة جيجل، 2017، ص 44. نقلاً عن: وليد رفيق العياصرة: التربية الإسلامية واستراتيجيات تدريسها وتطبيقاتها العلمية، دار المسيرة، عمان، 2010، ص 153.

² محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، دار المعارف، 2016، ص 980.

سعيد بن علي بن وهف القحطاني: الأخلاق في الإسلام في ضوء الكتاب والسنة، ط1، مكتبة الملك الفهد، الرياض، 2015، ص 77، 78.

⁴ أحمد الزيات وآخرون: معجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004، ص 980.

* اصطلاحاً: هو صفة خلقية كريمة تعني الإلتزام بالحق والإنصاف في كل أمور الحياة والبعد عن الظلم والبغي والعدوان، وهو قيمة أخلاقية محمودة تدل على شهامة ومروءة من يتحلى بها¹.

وقد ورد العدل في آيات عديدة كقوله تعالى: " (إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ) " [النحل: 90].

كما يعرف العدل بأنه: " إيصال الحق إلى صاحبه من أقرب الطرق إليه وبذلك يكون مقصود الحاكم بحكمه إيصال الحق إلى مستحقه من غير أن يمتزج حكمه بفرض آخر"²، وذلك هو المراد تعالى: " (وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا) " (النساء: 58).

1-6-4 العطف:

* لغة: ورد العطف في معجم الوسيط : "عطفاً، عطوفاً، أي أشفق ورحم، ويقال عطف عليه أي أشفق عليه"³.

* اصطلاحاً: خصلة جليلة من خصال أهل الإيمان، وخلق كريم متعدد إلى جميع خلق الله من إنسان أو حيوان، بعيد أو قريب، مسلم أو غير مسلم، وهو صفة في النفس تدعو صاحبها إلى رفقة القلب وشفقته على الضعفاء من الفقراء والمساكين واليتامى...⁴

1-6-5 التواضع:

هو خلق من أخلاق الإسلام المباركة التي يتمتع بها الإنسان، فهو يفرض احترام الآخرين لاكتساب محبتهم وقلوبهم.

* لغة: " هو إظهار اللين، وعدم التكبر والتعظم"⁵.

* اصطلاحاً: لقد أمر الله سبحانه وتعالى عباده المؤمنين بالإلتزام بهذا الخلق العظيم، فهو "صفة من صفات عباد الرحمن، وقد كان نصيب النبي صلى الله عليه وسلم من هذا الخلق هو النصيب الأعظم، فلقد كان سيد المتواضعين حتى أنه لما أراد أن يخبر الأمة عن قدره ومكانته عند الله عز وجل قال: " ولا أفرح " وهذا من فرط تواضعه، كما قال ابن الحاج رحمه الله: "من أراد الرفعة فليتواضع لله تعالى". فالله

سارة محمد رفعت: أهمية القيم الأخلاقية وأثرها في بناء الفرد والمجتمع، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات، جامعة الزقازيق، العدد9، 2019، ص 390.

عبد الرزاق قسوم: في الحياة الإسلامية، التواصل بين الأصالة والمعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص 355².

³ أحمد الزيات وآخرون: مرجع سابق، ص 604.

⁴ <http://www.islamic-content.com.30/05/2023.08:42h>.

ابراهيم بن حماد الرئيس وآخرون: معجم مصطلحات العلوم الشرعية، ط2، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، الرياض، 2017، ص562⁵.

سبحانه وتعالى يدعو عباده إلى التواضع فهو يأتي من فوق سبع سموات ليتعاشوا بقلوبهم وأرواحهم مع هذا الخلق العظيم¹. لقوله تعالى: " (وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ) " [لقمان:18].

و قوله أيضا: " (وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَنْ تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا) " [الإسراء:32-33]

1-6-6 صلة الرحم:

صلة الرحم من الأخلاق التي أوصانا الله عز وجل بها، ونبهه محمد - صلى الله عليه وسلم - بها في أحاديثه النبوية الشريفة، فقد ذكرت في القرآن الكريم والسنة النبوية والإجماع، وهي من أفضل الطاعات وقطعها من أعظم الذنوب عند الله تعالى.

* تعريفها لغة: "الأرحام هم الأقارب، أو الأكثر في القرابة، أي سميت الوصلة والقرابة من جهة الولاء".

* اصطلاحا: تعد صلة الرحم من الأخلاق الواجبة على كل مسلم ومن العبادات التي يقرب بها العبد إلى ربه، "فهي تعني الإحسان إلى الأقارب على حسب حال الواصل والموصول: فتارة تكون بالمال، بالخدمة، وبالزيارة، بالسلام، أو بطلاقة الوجه، والنصح، والعتق والصفح وغير ذلك"².

"و صلة الرحم تبارك العمر وتزكيه، وقطيعه الرحم تلطخ حياة الإنسان بالعار وسخط الجبار وتهوي بصاحبها إلى النار"³. قال تعالى: " (فَهَلْ عَسَيْتُمْ إِنْ تَوَلَّيْتُمْ أَنْ تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ وَتُقَطِّعُوا أَرْحَامَكُمْ) " [محمد:22].

1-6-7 الرفق:

* لغة: عرفه ابن فارس في معجم مقاييس اللغة بقوله: "الراء والفاء والقاف أصل واحد يدل على موافقة أو مقاربة بلا عنف، فالرفق خلاف العنف؛ يقال رفقت، أرفقت"⁴.

* اصطلاحا: الرفق من مكارم الأخلاق والنعم التي أعطانا الله إياها، فمن يرفق بغيره ينال رضا الله عز وجل، فهو " الرحمة والعطف، والإنسان الرحيم هو امرؤ رقيق القلب يتمتع بأسمى قيم الإنسانية، فيتعاطف مع الآخرين ويرعاهم، ويحاول أقصى المحاولة أن يخفف معاناتهم"¹.

¹ محمود المصري: أخلاق الرسول للأطفال، ط1، مكتبة الصفاء، مصر، 2011، ص ص 314، 315.

² سعيد بن علي بن وهف القحطاني: صلة الأرحام في ضوء الكتاب والسنة، مطبعة سفير، الرياض، 2011، ص 6.

³ عبد الله بن ضيف الله الرحيلي: الأخلاق الفاضلة: قواعد ومنطلقات لاكتسابها، ط2، مكتبة الملك فهد، الرياض، 2008، ص 146، 147.

⁴ ابن فارس: مرجع سابق، ص 318.

و قد ورد الرفق في آيات عديدة منها: "إِفْبَاهَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ" [ال عمران:159].

1-6-8 الإحسان:

الإحسان من أعلى مراتب الإيمان، وقد ذكر في مصادر متعددة ولكن لا يتسع المقام لذكرها جميعا، ولذا سنقتصر على ذكر بعض ما يؤدي الغرض ويبين المقصود منها.

* **تعريفه لغة:** "الإحسان ضد الإساء، وهو الإخلاص، ويقال رجل محسن ومحسان أي أنه كثير الإحسان"².

* **اصطلاحا:** الإحسان هو ثاني صفة خلقية أمرنا الله تعالى بها بعد العدل فقد ورد في القرآن الكريم مرات عدة وهذا دليل على أهميته في تحقيق التكافل داخل المجتمع. وتعريفاته متعددة منها: "هو عنوان القيم الخلقية وجوهرها، كما هو ظاهر في حديث جبريل الذي جعل الإحسان أحد أركان الدين الثلاثة وهي الإيمان، الإسلام والإحسان. فلإحسان أنواع عديدة تشمل مجالات الحيات كلها فهو يدخل في كل عمل يؤديه المسلم سواء كان ذلك متعلقا بحقوق الله تعالى أو بحقوق نفسه أو بحقوق الآخرين، فهو يشمل فئات معينة من المجتمع لتأتي في الصدارة الوالدين وثمانية أصناف"³ شملتهم الآية التالية: (وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا). [النساء:36].

1-6-9 الحياء:

الحياء من الصفات الإنسانية المحمودة التي تعني فعل كل ما هو جميل وترك ما هو قبيح وقد ورد في مواضع متعددة منها:

* **تعريفه لغة:** جاء في معجم الوجيز الحياء: "يعني الإحتشام، ومن ذات الخف والظلف"⁴.

¹ <http://www.arageek.com.30/05/2023.09.09h>.

² محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، ط3، دار صادر، بيروت، 2016، ص 117.
بولمنخر فيروز، طريق أسيا: القيم الأخلاقية في الدراما الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2020، ص 62. نقلا عن: أحمد محمد، القيم الأخلاقية لرعاية حقوق الإنسان في ضوء السيرة النبوية والمقاصد الشرعية، السودان، مؤتمر دولي للسيرة النبوية، جامعة إفريقيا العالمية، 2013، ص 98.
³ مجمع اللغة العربية: معجم الوجيز، القاهرة، 1998، ص 182.
⁴

* **إصطلاحاً:** "هو انقباض النفس عن القبيح وتركه لذلك، وكذلك هو خلق من مكارم الأخلاق يدل على طهارة النفس، وحياء الضمير ويقضه الوازع الديني ومراقبة الله عز وجل"¹. لقوله تعالى في سورة الأحزاب: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتَ النَّبِيِّ إِلَّا أَنْ يُؤْذَنَ لَكُمْ إِلَى طَعَامٍ غَيْرٍ نَاظِرِينَ إِنَاهُ وَلَكِنْ إِذَا دُعِيتُمْ فَادْخُلُوا فَإِذَا طَعِمْتُمْ فَانْتَشِرُوا وَلَا مُسْتَأْنِسِينَ لِحَدِيثٍ إِنَّ ذَلِكُمْ كَانَ يُؤْذِي النَّبِيَّ فَيَسْتَحْيِي مِنْكُمْ وَاللَّهُ لَا يَسْتَحْيِي مِنَ الْحَقِّ)" [الأحزاب: 53]. وقال أيضا في سورة البقرة: (إِنَّ اللَّهَ لَا يَسْتَحْيِي أَنْ يَضْرِبَ مَثَلًا مَا بَعُوضَةً فَمَا فَوْقَهَا) [البقرة: 26].

"و ذكر ابن مسكويه أن الحياء من الفضائل التي تدخل تحت العفة بل هو أولها، ثم عرفه بقوله: هو انحصار النفس خوف اتیان القبائح والحذر من الذم والنسب"².

1-6-10 بر الوالدين:

بر الوالدين والإحسان إليهما من أعظم الطاعات التي أوصى بها الرسول صلى الله عليه وسلم فقد حرص على العناية بهما اكرامهما. كما جعل الله تعالى الإحسان إليهما طريقا إلى الجنة وسببا لسعادة الإنسان في الدنيا والآخرة.

* **لغة:** ورد مصطلح البر في قاموس الوجيز حيث يقال: "بر، بار وبر ربه أي توسع في طاعته، وبر والديه أي توسع في الإحسان إليهما"³.

* **اصطلاحاً:** "بر الوالدين من الأسس الهامة لبناء الحياة الإجتماعية والإنسانية الكريمة، فهو يبيث الرحمة والموودة بين الأسرة الصغيرة، كما أن المحبة والعطف المتبادل بين الوالدين وأبناءهم يربي الأطفال عاطفيا ونفسيا حتى يتكون لديهم الاستقرار النفسي والعاطفي"⁴.

وقد حث الإسلام على بر الوالدين لقوله تعالى: "(وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا)" [الإسراء: 23-25].

¹ أحمد الشرباصي: موسوعة أخلاق القرآن، ط1، ج1، دار الرائد العربي، بيروت، 1981، ص 88.

² محمود مصري أبو عمار: موسوعة من أخلاق القرآن، ط1، ج1، دار التقوى، الإسكندرية، 2007، ص 325

³ مجمع اللغة العربية، مرجع سابق، ص 44.

⁴ عبد الله بن عبد اللطيف العليل: بر الوالدين: قيمة إسلامية عظيمة، ط3، مكتبة الملك فهد، الرياض، 2008، ص 18.

1-6-11 الكرم:

هو صفة نبيلة ومحمودة، وهو من أسمى العبادات التي يؤجر عليها الإنسان المسلم، فهو يجعل روح الإنسان تملئها الراحة والطمأنينة لأنه يحقق التكافل بين أفراد المجتمع.

* **تعريفه لغة:** ورد في معجم المصطلحات الشرعية بأنه "الإنفاق عن طيب خاطر، والجود دون انتظار مقابل"¹.

* **اصطلاحاً:** الكرم هو صفة أساسية يجب على الإنسان أن يتمتع بها لينال رضى الله سبحانه وتعالى ولكي يحصل على البركة في أهله وماله ويمكن تعريفه بأنه: "خلق من مكارم الأخلاق، ومن أفضل الصفات على الإطلاق التي أوصى الله بها نبيه العظيم، وحثنا عليها في كتابه الكريم"². حيث قال تعالى في سورة البقرة: "(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمْ يَوْمٌ لَا بَيْعٌ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفَاعَةٌ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ) [البقرة: 254]".

"والكرم قسمان: مادي وخالقي، فالمادي هو الإطعام وكسوة الأيتام وصلة الأرحام، والخالقي هو العفو عن الجاني وإن تكررت الإساءة، وستر عورة الإخوان"³.

1-6-12 الكذب:

لقد نهى الله عز وجل في القرآن الكريم عن الكذب، كما جاءت السنة النبوية لتؤكد هذا النهي لأنه من السلوكيات الخاطئة التي يكتسبها الفرد.

* **لغة:** ورد في معجم الوسيط حيث يقال: "كذب، كذبا، كذابا، أي أخبر عن الشيء بخلاف ما هو عليه في الواقع"⁴.

* **اصطلاحاً:** "هو الكلام الذي لا يتطابق مع الحقيقة والواقع، أو هو عدم وجود رابطة أو علاقة صحيحة بين ما يقوله الشخص وما هو موجود في العالم الخارجي"⁵.

"كما أن الكذب يؤدي إلى زوال ثقة الناس ببعضهم البعض، فضارت رابطتهم واهنة، وتعسر على ذي الحاجة أن يقتض مثل ما يدفع به تلك الحاجة، خصوصا إذا كان معروفا به، فإن الثقة تذهب وتضيق عليه المعاملات حتى لا يجد مسلكا"¹.

¹ ابراهيم بن حماد الريس وآخرون، مرجع سابق، ص 1321.

² ابن أجيروم: الكرم والجود والسخاء، ط1، دار الصحابة، مصر، 1987، ص4.

³ ياسر عبد الرحمن: موسوعة الأخلاق والزهد والرقائق، ط1، ج1، مؤسسة اقرأ، القاهرة، 2006، ص313.

⁴ أحمد الزيات وآخرون مرجع سابق، ص780.

⁵ علي القائمي: تربية الطفل دينيا وأخلاقيا، ط1، مكتبة فخرآوي، البحرين، 1995، 354.

كما حرم الإسلام الكذب، فقد ذكر ذلك في قوله تعالى: " (إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ كَذَّابٌ) [غافر:28]."

1-6-13 الظلم:

* لغة: عرفه ابن قتيبة بقوله: " وضع الشيء غير موضعه، فكأن الظالم هو الذي أزال الحق عن جهته².
* اصطلاحاً: يعتبر الظلم من الأخلاق السيئة التي نهى عنها النبي صلى الله عليه وسلم، فهو من أسوأ الأمور التي يمكن أن يرتكبها الإنسان في حق غيره. كما يعرف بأنه " خلق سيء غير محمود على الإطلاق، لأنه إنحراف عن العدل، وهو وضع الشيء في غير موضعه الغير مخصوص به، وفي الشريعة عبارة عن التعدي عن الحق إلى الباطل، من هنا حرم الإسلام الظلم وتوعد الظالمين بالعذاب الأليم"³. لقوله تعالى: (فَالْيَوْمَ لَا يَمَلِكُ بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ نَفْعًا وَلَا ضَرًّا وَنَقُولُ لِلَّذِينَ ظَلَمُوا ذُوقُوا عَذَابِ النَّارِ الَّتِي كُنْتُمْ بِهَا تُكَذِّبُونَ) [سبأ:42].

"كما أن شيوع الظلم في المجتمع يؤدي إلى التذمر والثورة عند المظلوم، ومثل هذه الممارسات السلوكية قد تؤدي إلى فضح الظالم وسقوطه وتدميره"⁴.

1-6-14 الغش:

يعد الغش من أخطر الآفات التي تنتفش في المجتمع بصورة كبيرة، وهو من الأخلاق التي نهانا عنها الله سبحانه وتعالى لأنه من الخصال المكروهة في الإنسان.
* تعريفه لغة: ورد في معجم الوسيط، "غششه بمعنى خدعه، أي أظهر له خلاف ما أضمره"⁵. *
* اصطلاحاً: " تعد جريمة الغش من الجرائم التي يدينها الإسلام و يحاسب عليها لأنها تؤدي إلى فوضى المجتمع وارتباك في كيانه، فقدان الأمانة والمصداقية في مؤسساته وجماعاته. والغش يعني التلاعب الفاضح في طبيعة العمل الواجب يؤديه الفرد، كأن يغش العامل السلعة التي ينتجها، أو يغش العمل الذي يؤديه في المجتمع سواء كان ذلك العمل تعليمياً أو صحياً أو اجتماعياً أو دينياً... الخ"⁶

1-6-15 الرشوة:

¹ عبد الرحمن زغول: الأخلاق، مطبعة المعارف، مصر، 2000، ص132.

² ابن قتيبة: تفسير غريب القرآن، دار الكتب العلمية، بيروت، 1978، ص28.

³ إحسان محمد الحسن: علم الاجتماع الديني، ط1، دار وائل للنشر، بيروت، 2010، ص183.

⁴ إحسان محمد الحسن، مرجع سابق، ص183.

⁵ محمد بن يعقوب الفيروز أبادي: قاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2005، ص 1189.

⁶ إحسان محمد الحسن، مرجع سابق، ص 186.

تعتبر الرشوة من الجرائم التي تسود في المجتمع، والتي تقوم على كسب المال بطريقة غير مشروعة وذلك عن طريق استخدام المنصب أو المكانة الاجتماعية، فهي نوع من أنواع الفساد التي تخل بتوازن المجتمع وتحريك منظومته.

* **تعريفها لغة:** الرشوة مثلثة الجعل، ورشاه أعطاه، وارتشى أخذها، واسترشى طلبها، فالراشي الذي يعطي من يعينه على الباطل، والمرتشي الآخذ، والرائش الذي يسعى بينهما يستزيد لهذا ويستتقص لهذا¹.
* **اصطلاحاً:** هي " ما يعطي لإبطال الحق أو لإحقاق باطل، والرشوة كبيرة من الكبائر وخيانة للأمانة ومن المكاسب المحرمة، وهي ما يعطيه الشخص لحاكم أو مسؤول أو موظف ليحمله على ما يريد"².
وقد حرم الإسلام على المسلم أن يسلك طريق الرشوة كما حرم عليه قبولها أو أن يتوسط بين الراشي والمرتشي. لقوله تعالى: " (وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِطْبَاطٍ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ) " [البقرة:188].

1-6-16 الغضب:

يعد الغضب عاطفة شعورية تعبر عن مشاعر إنسانية اتجاه موقف معين، يحفز الإنسان للقيام برد فعل يتصف بالشدّة وتعددت تعاريفه نذكر منها:
* **لغة:** "جاء في معجم تاج العروس بأنه: الغضب بالتحريك ضد الرضا، فقليل هو ثوران دم القلب بقصد الانتقام، ويقال غضب، يغضب فهو غضبان"³.

* **اصطلاحاً:** يعتبر الغضب رد فعل على بعض المشاعر السلبية التي قد تصيب الإنسان سواء كانت هذه المشاعر نابعة من ذاته أو موجهة إليه من قبل الآخرين. "فهو نوع من الجنون يستولي على الإنسان، فإذا نظرت إلى الغاضب تجد عينيه قد احمرت كالدّم وجسده يرتجف ويجتمع الدم في وجهه وينطق لسانه بالكلام المعيب، وتصدر عنه حركات جنونية خطيرة"⁴.

وقد ظهر الغضب في آيات عديدة منها قوله تعالى: "(الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَاطِمِينَ الْغَيْظِ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ)" [آل عمران:134].

¹ عطية بن محمد سالم: الرشوة، الجامعة الإسلامية، السعودية، 2006، ص 123.

² خالد بن جمعة بن عثمان الخراز، مرجع سابق، ص 438.

³ محمد بن محمد بن عبد الرزاق المرتضى الزبيدي: معجم تاج العروس، ط1، ج3، دار الفكر، بيروت، 2005، ص 485.

⁴ علي شريعتي: الأخلاق للشباب والطلاب الناشئة، ط1، دار الأمير للثقافة والعلوم، العراق، 2006، ص 48.

1-6-17 النفاق:

من أخطر الأمراض التي يبتلى بها المرء هو مرض النفاق، فهو يجعل القلب أسودا ومظلما.
 * **النفاق لغة:** عرفه ابن فارس في معجم مقاييس اللغة بقوله: "لفظ النفاق هو النون والفاء والقاف أصلان صحيحان يدل أحدهم على انقطاع الشيء وذهابه والآخر على إخفاء الشيء وإغماضه"¹.
 * **اصطلاحا:** "هو إظهار الإيمان باللسان وكتمان الكفر بالقلب، ومن هنا فالمنافق هو الإنسان الذي يظهر غير ما يبطن، ويقول ما لا يفعل وما لا يعتقد، أي أن المنافق هو الذي يتظاهر بما ليس فيه على الإطلاق"².

كما يعرف النفاق بأنه "سمة من السمات الشخصية السلبية التي ترجع جذورها الأولى إلى التعود على الكذب وعدم التمسك بذكر الحقائق التي يشعر بها الفرد في داخله"³.
 وقد ظهر النفاق في آيات عديدة منها قوله تعالى: "(بَشِّرِ الْمُنَافِقِينَ بِأَنَّ لَهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا)" [النساء: 138].

1-7-7 مصادر الأخلاق:

ثمة مصادر ثابتة تتبع منها الأخلاق وتتغذى بها وتتمثل فيما يلي:

1-7-1 الفطرة:

بعض أخلاق الناس تعتبر فطرية خلقها الله تعالى في نفس الإنسان، لدى "تمثل منبعاً للأخلاق البشرية، فالإنسان بطبيعته مجبول ومفطور على حب الأخلاق الحسنة، وبغض النظر عن الأخلاق السيئة وعن اختلاف الناس في تقييم بعض الأفعال والتصرفات فإن هناك فضائل وأخلاق يشتركون في حبها كالصدق والأمانة والوفاء... وهناك رذائل يشتركون في كرهها مثل الظلم، العدوان، الكذب... فاشتراك الناس بمختلف أجناسهم في هذه الميول الخلقية دليل واضح على أصالتها وفطريتها فيهم"⁴.

¹ ابن فارس: معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، بيروت، 2007، ص 455.

² محفوظ علي عزام: الأخلاق في الإسلام بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الهداية، مصر، 1986، ص123.

³ المرجع نفسه، ص124.

⁴ سارة محمد رفعت، مرجع سابق، ص 385.

1-7-2 القرآن الكريم:

يعتبر القرآن الكريم من أولى مصادر الأخلاق، "ففيه الكثير من الآيات التي تأمر بمكارم الأخلاق وتدعو إلى التمسك بالقيم العظيمة مثل: الصبر، كظم الغيظ الإيثار وبر الوالدين...و ترك التجسس والنميمة والغيبة والكذب...الخ"¹.

و الآيات في ذلك كثيرة منها قوله تعالى: "(إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمٌ)" [الإسراء:09]. وقوله أيضا: "(إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ)" [النحل:90].

1-7-3 السنة النبوية:

إذا كان القرآن الكريم المصدر الأول للقيم الأخلاقية فإن السنة النبوية تمثل تطبيقا لما جاء فيه، ولذلك "تعرف السنة باعتبارها مصدرا تشريعيا للأخلاق لدى اهتماموا الصحابة اهتماما كبيرا وتخلقوا بالأخلاق الحسنة مستندين بذلك على ما جاء في كتاب الله تعالى وسنة نبيه صلى الله عليه وسلم، فهم قدوتنا وسلفنا الصالح في الأخلاق".

ثانيا: الإشهار التلفزيوني

1- تعريف الإشهار:

هو ذلك النوع الإتصالي الذي يقوم بعرض أو ترويج سلعة أو خدمة أو فكرة معينة، فقد تعددت تعريف الإشهار على اختلافها ونذكر منها:

"هو مجموعة التقنيات المستعملة بطريقة مستقلة من أجل التعريف بالمنتج والترويج له واستمالة أكبر عدد من الزبائن الفعليين وحثهم على اقتناء المنتج من خلال بيان مزاياه المختلفة"².

كما يعرف أيضا بأنه: "نشاط فكري يجمع بين مصمم فنان من أجل إبداع رسائل سمعية بصرية، كما ورد كذلك بأن الإشهار صناعة ثقافية تعمل على ترويج ثقافة جماهيرية"³.

2- مفهوم الإشهار التلفزيوني:

تعددت التعاريف حول الإشهار التلفزيوني نذكر منها:

¹ يعقوب المليجي، مرجع سابق، ص 28.

² ناصر قاسمي: مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2017، ص38.

³ سعيد بنكراد: الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، ط1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2009، ص63.

"الإشهار التلفزيوني عبارة عن مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل التلفزيون لتقديمها وعرضها إلى الجمهور من أجل تعريفه بسلعة أو خدمة من ناحية الشكل والمضمون بهدف التأثير على سلوكه الإستهلاكي وميوله وقيمة معلوماته وسائر المقومات الثقافية الأخرى"¹.

وكذلك "هو شكل من أشكال الإتصال المدفوع وغير الشخصي لترويج سلعة وخدمات لحساب ممول معروف وذلك باستخدام التلفزيون"².

كما يمكن تعريف الإشهار التلفزيوني بأنه رسالة سمعية بصرية لغرض حث الجمهور اقتناء سلعة أو خدمة معينة والإستمرار في شراءها وتفضيلها على السلع والخدمات المشابهة. وفي هذا الصدد عرفه كوهان بأنه رسالة سمعية بصرية تهدف توزيع معلومات خاصة بسلعة معينة قصد تسويقها"³.

3- نشأة الإشهار التلفزيوني:

يعد الإشهار نشاطا قديما في المجتمعات الإنسانية، فعندما أصبح الإنسان ينتج السلع ومبادلتها أصبح من الضروري أن يقوم بالإعلان عنها، وذلك عن طريق عرض السلعة وإبراز مختلف مزاياها عن طريق التلفزيون.

"في البداية دخل التلفزيون كوسيلة إشهارية إلى جانب الوسائل الأخرى وازداد إقبال المعلنين على استعمال التلفزيون لدرجة أن كثيرا منهم في أمريكا وأوروبا أصبحوا يخصصون الجزء الأكبر من ميزانيتهم الإشهارية لتقديم الإشهار عن طريق التلفزيون، فأصبح الإشهار التلفزيوني من أنجح الوسائل نظرا لما يحدثه من تأثير سريع وفعال على المتلقي وذلك لأنه يخاطب حاستي السمع والبصر معا فقد أثبتت معظم الدراسات أن 98% من المعلومات التي يتحصل عليها الفرد مستمدة من هاتين الحاستين، كما أن استيعاب المعلومات يزيد بنسبة كبيرة وهذا ما يوضح أهمية التلفزيون كوسيلة إشهارية"⁴.

"حيث ظهر أول إشهار تلفزيوني بفرنسا في أكتوبر سنة 1968 ومنذ ذلك التاريخ أصبحت القنوات التلفزيونية تقدم بعض الومضات الإشهارية خلال فترات قصيرة إلى غاية 1983، كما كان احتكار الدولة

¹ حنان شعبان: تلقي الإشهار التلفزيوني، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 63.

أمال رقيبة: خصوصية الهوية الثقافية في الإشهار التلفزيوني، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 3،

العدد 3، سبتمبر 2019، ص 132.

³ سطوطاح سميرة: الإشهار والطفل، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في الإتصال والتنظيمات، جامعة عنابة، 2010، ص 24.

⁴ رانيا مدوح صادق: الإعلان التلفزيوني في التصميم والإخراج، ط1، دار أسامة، عمان، 2010، ص ص 13، 14.

للإشهار التلفزيوني واضحا بفرنسا، وحتى في الجزائر التي لم تعط الحرية للخواص لإنتاج الأفلام الإشهارية إلا بعد الفترة التعددية وتعديل قانون الإعلام سنة 1990¹.

4- خصائص الإشهار التلفزيوني:

يمثل الإشهار التلفزيوني مجموعة من المعلومات والبيانات المرتبطة بالسلعة المعلن عنها بغرض ترويجها وتسويقها ويتميز بعدة خصائص ندر منها:

- "يعتبر الإشهار التلفزيوني بمثابة عملية إتصال جماهيري يتميز بضمان إنتشاره ووصوله إلى أكبر عدد من الجمهور في نفس الوقت"².

- "إمكانية توضيح خصائص ومزايا السلعة وطريقة استخدامه.

- إمكانية تكرار الرسالة الإشهارية والرفع من فرص ترسيخها في ذهن المتلقي.

- القدرة على جذب إنتباه المشاهدين لأن المشاهد يتفرغ لمشاهدة التلفزيون.

- إمكانية الإبتكار والإبداع في مجال إخراج الفيلم الإشهاري وهذا خاصة بعد إستخدام الحاسوب كتقنية جديدة لتحقيق الحيل السينمائية.

- تقديم الإشهار من خلال التلفزيون يضمن له الإنتقال إلى جميع أفراد الأسرة بمختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية المختلفة"³.

5- أهمية الإشهار التلفزيوني:

لقد أصبح الإشهار التلفزيوني يلعب دورا هاما في تحقيق إشباعات الأفراد والمؤسسات وهذا ما جعل منه ذو أهمية بالغة في الحياة الإنسانية، وتكمن أهميته فيما يلي:

- " مصدر أساسي لمعلومات المستهلك: فالإشهار التلفزيوني يعبر عن السلع والخدمات التي تشبع حاجياته، وبالتالي فالإشهار التلفزيوني هو مرشد للمستهلكين وساعد لهم في الحصول على السلع والخدمات"⁴.

عبد النور بوصابة: الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية، رسالة ماجستير، كلية علوم السياسة والإعلام، جامعة الجزائر، 2009، ص36¹.

² حنان شعبان، مرجع سابق، ص 8.

³فايزة يخلف: مبادئ في سيميولوجيا الإشهار، طاكسيج كوم للدراسات، الجزائر، 2010، ص101.

فريد كورتيل: دور الإتصال التسويقي في المؤسسة وأساليب تطويره، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وإدارة الأعمال، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص115.⁴

- "توفير المعلومات: حيث تزداد أهميته من وجهة نظر المستهلك من خلال المعلومات التي يقدمها، فظهور الإنتاج بكميات ضخمة أدى إلى زيادة العرض عن حجم الطلب، بالإضافة إلى تطور التكنولوجيا الذي أتاح الفرصة للشركات في تقديم كم هائل من السلع"¹.
- "زيادة نسبة التعليم: بحيث أن الإشهار خلق نوع من الوعي الإجتماعي وأصبح عنوان لتطور أنماط الحياة الإنسانية.
- ارتفاع الدخل: حيث يقدم الإشهار مقترحات الجمهور حول كيفية إنفاق مدخولهم على السلع المتعددة.
- زيادة الإنتاج: فالإشهارات استخدمت للتعرف على منتجات جديدة للشركات واكتشاف أسواق جديدة لتصرفها"².

6- أهداف الإشهار التلفزيوني:

- في ظل التطور التكنولوجي لم يعد الإشهار التلفزيوني محصوراً فقد في ترويج السلع، فقد أصبح يستخدم لعدة أهداف كتنشيط المبيعات بين مختلف الطبقات الإجتماعية، ويمكن القول بأن أهدافه تتمثل فيما يلي:
- "تعريف الجمهور بالمزايا الكامنة والظاهرة للمنتج.
- اكتشاف أسواق ومستهلكين جدد"³.
- "تغيير ميول واتجاهات المستهلكين، فالإشهار أصبح وسيلة لتغيير سلوكهم من خلال شراء سلعة لم يكونوا مقتنعين بها"⁴.
- "يعمل الإشهار على رفع المستوى المعيشي للأفراد وذلك عن طريق دعوتهم لاستهلاك سلع جديدة ومفيدة من خلال مساعدتهم في الحصول على السلع المناسبة لمستوياتهم الإقتصادية والإجتماعية.
- يمثل الإشهار التلفزيوني قوة ثقافية وتعليمية فهو يؤدي دوراً أساسياً في مد الجمهور بمعلومات حول أفكار جديدة، كما أنه يؤثر على أفكار الناس ويرفع من ثقافتهم وبالتالي يعتبر أداة من أدوات الثقافة من خلال مساهمته بنقل الأفكار من المعلنين إلى الجمهور بما يطور من ثقافتهم الإقتصادية والإجتماعية والمعرفية"⁵.

¹ علي فلاح الزعبي: عبد العزيز مصطفى، هندسة الإعلان الفعال، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، 2014، ص95.

² علي فلاح الزعبي: الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل، دار اليازوري، عمان، 2020، ص ص12، 13.

³ علي شيبه شدون: الإعلان، المدخل بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016، ص ص26، 27.

⁴ محمد عبد الفتاح الصيرفي: الإعلان، مبادئه وأنواعه وطرق إعدادة، ط1، دار المناهج، عمان، 2013، ص15.

⁵ مسعود حسين التائب: أساسيات الإعلان، ط1، مكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2017، ص ص37، 39.

7- أنواع الإشهار التلفزيوني:

ينقسم الإشهار التلفزيوني إلى عدة أنواع، وقد اختلف الآراء في تحديدها وتقسيمها وسنتعرض إلى كل تقسيم فيما يلي:

7-1 حسب نوع الرسالة الإشهارية:

- "الإشهار التجاري: هو الإشهار الذي تقوم به منشآت الأعمال أي المنشآت التي تهدف إلى الربح وينقسم إلى نوعين:

* الإشهار الإنتقائي: يهدف إلى زيادة الطلب على صنف معين من السلع، فتحاول كل منشأة أن تزيد من إقبال المستهلكين على الصنف الذي تنتجه وتفضله على الأصناف الأخرى.

* الإشهار الأساسي: بالإضافة إلى الإعلان الإنتقائي الذي يهدف إلى زيادة الطلب على صنف معين من السلعة، تستخدم المنشآت الإعلان الأساسي لزيادة الطلب العام على فئة معينة من فئات السلع¹.

- "الإشهار السياسي: ويرتبط بالتعبير عن الأفكار والآراء المختلفة ومحاولة التأثير على الرأي العام بتقديم الإشهار في شكل يبرز أهمية الرأي لأنه هو الأحسن والأفضل من بين كل الآراء الأخرى المتواجدة في الساحة كما هو الحال في الدعاية والحملات الإنتخابية"².

- "الإشهار الإجتماعي: هو الذي يهدف إلى التأثير على السلوك الإجتماعي للجمهور المستهدف لإدارة التغيير ومواجهة المشكلات الإجتماعية كمشكلات البيئة، الصحة، السكان، الإدمان... الخ، ولا يهدف الإشهار الإجتماعي إلى تحقيق أهداف ربحية أو تجارية بقدر ما يسعى إلى الدعوة للقيم والمبادئ الإجتماعية الحضارية"³.

7-2 حسب الأهداف:

- "الإشهار التعليمي: يتعلق بتدوين السلعة الجديدة المعروفة لدى كافة المستهلكين والتي ظهرت لما استعمالات واستخدامات جديدة لم تكن معروفة سابقا من جمهور المستهلكين.

- "الإشهار الإرشادي: الذي يسعى إلى ربط اسم الشركة أو المنتج بإعلانات توجيهية للحماية والوعي، فمثلا تقوم بعض الإعلانات بنصيحة شركة معينة بتقنين استخدام المياه أو تتبنى شركة أخرى الفكرة.

أمينة طرابلسي: إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال، مذكورة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام

¹ والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة قسنطينة، 2010، ص ص82، 83.

بسمة فنور: الرسالة الإشهارية في ظل العولمة، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم

² الإنسانية والإجتماعية، جامعة قسنطينة، 2008، ص ص85.

³ علي شيبه شدون، مرجع سابق، ص31.

- الإشهار التذكيري: هو الذي يتعلق بموضوعات أو سلع يعرفها الجمهور ويعتمد على التكرارية في العرض الإشهاري، غايته من ذلك تذكير الناس بهذه السلع ودفعمهم على شرائها عند مشاهدتهم لها في أماكن البيع عن طريق التأثير الإشهاري ومن أجل التأثير على كمية المبيعات ونوعها.
- إشهار المناسبات: هو الذي يهدف إلى الترويج عن سلعة أو خدمة في مناسبة أو موسم معين.
- الإشهار الإخباري: يأتي في شكل إخباري دون أن يعطي الإنطباع للجمهور على أنه إشهار مثل ذلك النوع الذي يتحدث عن مراسيم افتتاح مشروع من المشاريع¹.
- "الإشهار التنافسي: يعمل هذا النوع في الوقت الذي يوجد فيه مجموعة سلع متنافسة وكذلك السلع الجديدة التي تريد المنافسة في السوق، ولكن هذا النوع يحتاج أن يكون التنافس بين السلع والخدمات متكافئة في النوع ومتساوية مع بعضها البعض من حيث الخصائص والإستعمال والتمن"².

3-7 حسب الجمهور المستهدف:

- "الإشهار الإستهلاكي: تتمثل وظيفة هذا النوع في توصيل معلومات معينة عن فكرة أو خدمة أو منتج إلى المستهلك بهدف إقناعه بالتصرف بطريقة معينة أو لإقتناء المنتج مثل إشهارات الأجهزة الكهرو منزلية"³.
- "الإشهار الصناعي: هو الإشهار الذي يوجه أساسا إلى الصناعيين بقصد إخبارهم عن بعض خصائص السلعة والتي تستخدم كمواد أولية أو نصف مصنعة في العمليات الإنتاجية"⁴.
- الإشهار المهني: "يتعلق بتزويد أصحاب مهن معينة واختصاصيين في مجالات معينة بمعلومات تتعلق بسلع يستخدمونها بأنفسهم أو يوصون بشرائها وعادة ما يتم التذكير عن بعض الوسائل التي تناسب هؤلاء المستهلكين كالمجلات المتخصصة، البريد... الخ"⁵.

4-7 من حيث النطاق الجغرافي:

¹ بسمة فنور: مرجع سابق، ص 86.

² جميل خليل محمد، الإعلام والطفل، ط1، دار المعتز، عمان، 2013، ص449.

دليلة بوعبد الله، حناء علاص: أثر الإشهار التلفزيوني على سلوك الطفل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2019، ص 42 نقلا عن: إيناس محمد غزال: الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2001، ص ص177، 175.

سيد أحمد مهدي: الإشهار وأثره على رضا المستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإسلامية، جامعة الجزائر، 2012، ص21.

⁵ بسمة فنور، مرجع سابق، ص67.

- "الإشهار المحلي: والذي يكون نطاقه ضمن منطقة محصورة مثل المدينة والمحافظة".¹
- "الإشهار الإقليمي: هو الذي يغطي منطقة جغرافية تضم مجموعة من الدول ذات خصائص متشابهة.
- "الإشهار الدولي: هو الإشهار الموجه لأكثر من دولة على مستوى العالم، ويعتمد على وسائل لنشر الإعلانات المختلفة في هذه الدول وتقوم به في الغالب الشركات متعددة الجنسيات ذات الأنشطة في العديد من الدول".²

8- وظائف الإشهار التلفزيوني:

- تختلف تقسيمات الباحثين لوظائف الإشهار التلفزيوني وتتمثل فيما يلي:
- "الوظيفة التسويقية: إقناع المستهلك بشراء السلعة الجديدة أو تكرار شراء السلعة وتثبيتها كعادة شرائية دائمة.
- الوظيفة الإقتصادية: زيادة التسويق وزيادة الإنتاج مما يؤدي إلى النمو الإقتصادي.
- الوظيفة التعليمية: يعلم المجتمع أشياء جديدة حول المبتكرات والإختراعات والمعدات التكنولوجية الجديدة.
- الوظيفة الإجتماعية: الإشهار يقدم منتجات و سلع وخدمات تعمل على رفع مستوى الحياة وتحسين ظروفها.
- الوظيفة الترفيهية: يمثل الإشهار جانبا ترفيهيا مثل الإشهارات التلفزيونية"³.
- "وظيفة الإقناع: تكون هذه الوظيفة مهمة في المرحلة التنافسية لما يكون هدف المؤسسة هو خلق طلب انتقائي على صنف معين من منتجاتها المعروضة في السوق .
- وظيفة الإبلاغ: هذه الوظيفة تفيد المؤسسة بشكل خاص في المرحلة التمهيديّة حيث تركز هذه الوظيفة على إبلاغ أو تعريف المستهلكين بالسلعة"⁴.

ثالثا: الطفل والإشهار

1- مفهوم الطفولة:

مريم زعتر: الإعلان في التلفزيون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2008، 67.

² زهير عبد اللطيف عابد: مبادئ الإعلان، دار اليازوري، ط1، عمان، 2011، ص ص35، 36.

فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010، ص 118³.

⁴ سميرة سطوطاح، مرجع سابق، ص 227.

بحسب أغلب المراجع إن مصطلح الطفل يطلق على المرحلة العمرية للطفولة والتي تبدأ من الميلاد حتى البلوغ ومن أهم هذه التعاريف:

"يعرفها علماء الاجتماع بأنها تلك الفترة المبكرة من الحياة الإنسانية التي يعتمد فيها الفرد على والديه إعتقادا كليا، وفيها يتعلم ويتمرن للفترة التي تليها، وهي طريق يعبر عليه الطفل حتى النضج الفيزيولوجي والعقلي والنفسي والاجتماعي والخلق، والتي تتشكل خلالها حياة الإنسان ككائن اجتماعي".¹

"وتعرفها موسوعة مصطلحات الطفولة بأنها مراحل عمرية متدرجة من عمر الكائن البشري من سن الميلاد إلى البلوغ، حيث حددت الإتفاقية الدولية لحقوق الطفل الموقعة عام 1989 أن فترة إنتهاء الطفولة تكون عند 18 سنة من عمر الفرد".²

"كما تعرف أيضا بأنها معنى جامع يضم الأعمار ما بين المرحلة الجنينية ومرحلة الإعتماد على النفس، والطفولة تعبر عن حالة العجز التام والإعتماد على الآخرين عند الميلاد إلى تلك المرحلة الفارقة التي يتاح عندها قسط بين اعتماد الفرد على نفسه وإطلاعه بنشاط انتاجي وابتكاري فعال لاستعداداته وقدراته الشخصية".³

2- مراحل الطفولة:

لقد تم تقسيم مرحلة الطفولة إلى عدة مراحل يتم فيها تحديد سن كل مرحلة وذلك لسهولة وصف ودراسة نمو الطفل عامة ونموه الاجتماعي خاصة وتتمثل هذه المراحل فيما يلي:

1-2 مرحلة الرضاعة: "تمتد هذه المرحلة من الولادة حتى سن السنتين، وتعد مرحلة الرضاعة من أهم مراحل الطفولة إذ يوضع فيها أساس نمو الشخصية فإذا كانت عوامل النمو سليمة كان نمو الشخصية سويا وتعتبر هذه المرحلة مرحلة انطلاق القوى الكامنة تشهد نموا في مختلف المظاهر الجسمية والفيزيولوجية والحركية والعقلية... وبهذا تعد هذه المرحلة مرحلة اكتشاف العالم الخارجي وتوسيعه بالدرجة الأولى".⁴

¹ مروى عصام صلاح، محمود عزة اللحام: إعلام الأطفال ما له وما عليه، ط1، دار الأعصار العلمي، عمان، 2015، ص 17.

إبراهيم قدور وآخرون، الإشهارات التلفزيونية الموجهة للأطفال وأثرها على التنشئة الأسرية، أكاديمية الدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، العدد1، المجلد 14، 2022، ص58.

² طارق البكري: مجالات الأطفال ودورها في بناء الشخصية الإسلامية، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الإمام الأوزاعي، 1999، ص26.

⁴ عمر أحمد همشري: التنشئة الاجتماعية للطفل، ط2، دار الصفاء، عمان، 2013، ص 89.

2-2 مرحلة الطفولة المبكرة: "تمتد من نهاية مرحلة الرضاعة حتى دخول المدرسة، ويكون نمو الشخصية سريعا في هذه المرحلة لكن أقل من سرعته في المرحلة السابقة، ومن مميزاتها استمرار النمو بسرعة وزيادة الميل إلى الحركة والشقاوة والنمو السريع في اللغة واكتساب مهارات جديدة وكذلك محاولة التعرف على البيئة المحيطة".¹

2-3 مرحلة الطفولة المتوسطة: "يدخل الطفل في هذه المرحلة المدرسة الابتدائية، وتتميز بشكل عام باتساع الآفاق المعرفية وتعلم المهارات الجسمية اللازمة مع وضوح فردية الطفل، كما يتعلم كيفية إشباع حاجاته بطريقة بناءة. ومن المطالب التربوية للتنشئة الاجتماعية تؤكد على الطفل على مبادئ النظام واحترام الغير والتأكيد على تنمية التفاعل بينه وبين الآخرين".²

2-4 مرحلة الطفولة المتأخرة: "يطلق البعض على هذه المرحلة مصطلح قبيل المراهقة، وهنا يصبح السلوك بصفة عامة أكثر جدية في هذه المرحلة التي تعتبر إعداد للمراهقة، وتتميز بما يلي:

- تعلم المهارات اللازمة لشؤون الحياة.
- تعلم المعايير الخلقية والقيم وتكوين الإتجاهات.
- الإستعداد لتحمل المسؤولية".³

2-5 مرحلة المراهقة: "يعتبر سن العاشرة والحادية عشر ممهدا للوصول إلى مرحلة المراهقة، أما سن الثانية عشر فيعد بداية لسن المراهقة الذي يحدث فيه العديد من التغيرات فيصبح الطفل أكثر عقلانية فيحاول تأكيد ذاته بإرضاء الآخرين، بالإضافة إلى الميل لتوسيع معارفه وعلاقاته الإجتماعية، إضافة إلى ذلك فإن الطفل في مرحلة المراهقة يبدأ بالبحث عن ذاته كما يصبح أكثر قدرة على التفكير وتحمل المسؤولية...".⁴

3- أهمية الطفولة:

تعد مرحلة الطفولة مرحلة مهمة جدا في حياة الإنسان، فمن خلالها يتعرف الطفل على ما حوله ويكتسب بعض المهارات العامة ويتعلم مختلف العادات والإتجاهات واكتشاف أيضا الأخلاق والقيم والتي يعيش عليها باقي حياته.

¹ حامد عبد السلام زهران: علم نفس نمو الطفولة والمراهقة، دار المعارف، 1986، ص161.

² صالح محمد علي أبوجادو، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية، ط1، دار المسيرة، عمان، 1998، ص ص 68، 69.

³ حامد عبد السلام زهران، مرجع سابق، ص 232.

⁴ العربي بختي: تربية الطفل من قبل الولادة إلى المراهقة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص268.

"فقد أولت معظم نظريات الإرشاد النفسي لخبرات الطفولة أهمية بالغة لما لها من دور في تكييف الأفراد وتعلمهم السلوك السوي، وهي فترة من الفترات التي يبذل فيها الوالدان جهودا كبيرة لتنشئة أطفالهما وتقديم السلامة والتعليم الرعاية لهم".¹

كما أن الطفولة تعتبر الركيزة الأساسية لبناء المجتمع ، والتي من خلالها يمكن تنمية المجتمع وتطويره وتكوين الهوية الإجتماعية، " ففي نوفمبر 1989 بدأ الإهتمام بالطفل عالميا علي يد منظمة الأمم المتحدة عندما وافقت على عقد إتفاقية بشأن حقوق الطفل، فقد اعتبرت الطفولة مرحلة إعداد للمستقبل وهذا يعني أن الأطفال هم الطاقة المحركة للمجتمع في المستقبل ومستقبل الإدمان على طفولته، وهذا يقرر أن مستقبل المجتمع مرتبط بالعناية بأطفاله، فهم الثورة ومصدر التقدم وصانعو الحضارة"².

4- خصائص الطفولة:

تعتبر مرحلة الطفولة من أهم مراحل حياة الفرد، وهي أساس نمو الشخصية وهناك مجموعة من الخصائص تتميز بها كل مرحلة من مراحلها ونوضحها فيما يلي:

4-1 خصائص مرحلة الرضاعة:

- "يكتشف الطفل جسمه ويسمي بعض أعضائه، ويكتشف المجال المحيط به، يلعب بمفرده كما يكتشف الأطفال الآخرين ولكن ردة فعله نحوهم تتسم بالعدوانية.
- نمو القدرات الحركية: فكما نما الطفل من الناحية الحركية يصبح بمقدوره أن يستكشف الأحداث وأن يتفاعل بشكل أكبر مع العالم المحيط به".³

- "الإسراف الإنفعالي"⁴ وقوة الإنفعالات والعواطف: فهو يضحك كثيرا ويبكي كثيرا ومن السهل استشارته انفعاليا ولكنه سرعان ما يهدأ.
- يكون الحب موجها نحو الأشخاص الذين يشبعون حاجاته، خاصة الوالدين وأعضاء الأسرة وتتسع دائرة الحب حتى تشمل الغرباء".

¹ سعيد حسني العزة: الإرشاد الأسري نظرياته وأساليبه العلاجية، دار الثقافة، عمان، 2015، ص 255.

² رأفت فريد سويلم: تربية الطفل، حقوقه في الشريعة الإسلامية، ط1، دار اليسر، القاهرة، 2008، ص ص 25، 28.

³ مريم سليم، علم نفس النمو، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2002، ص ص 138، 140.

⁴ صالح محمد علي أوبجادو، مرجع سابق، ص 62.

4-2 خصائص مرحلة الطفولة المبكرة:

- "مرحلة الإستكشاف: حيث يسعى الطفل إلى معرفة بيئته وعناصرها وعلاقاتها وكيف تعمل.
- مرحلة حرجة وحساسة: فكثيرا ما يواجه الأطفال فيها صعوبات أو مشكلات.
- مرحلة مستهدفة لبعض الإضرابات وعدم الإتزان، وذلك من خلال سعي الطفل إلى التوافق مع بيئته وضغوطها.¹

4-3 خصائص مرحلة الطفولة المتأخرة:

- "تعتبر هذه المرحلة مرحلة النشاط الحركي، فلا يستطيع الطفل أ يظل ساكنا بلا حركة مستمرة وتكون الحركة أكثر وأسرع.
- تزداد مدى القدرة على الإنتباه الإرادي خاصة لو كانت موضوعات الإنتباه منظمة تنظيما خاصا والعلاقات بينها بسيطة.
- يلاحظ في هذه المرحلة ضبط الإنفعالات والميل إلى المرح ونمو الإتجاهات والوجدانية.²

4-4 خصائص مرحلة المراهقة:

- "تحدث أثناء مرحلة المراهقة تغيرات جسدية فيزيولوجية، فجسديا يزداد الوزن والطول وفيزيولوجية تظهر عند المراهق لكل من الجنسين بعض السمات الجنسية الرئيسية والثانوية.
- يكون المراهق متناقض المشاعر، حيث يرفض سيطرة الكبار وهو في نفس الوقت يحتاج إلى توجيه وإرشاد.
- تنمو العمليات العقلية والمعرفية في مرحلة المراهقة ويزداد التباين بين القدرات العقلية المختلفة ويسرع النمو ببعض العمليات العقلية في آفاقها المعنوية.³

5- العوامل المؤثرة على تربية الطفل:

وهي العوامل التي تؤثر على الفرد والناجمة من البيئة التي يعيش فيها وتتمثل فيما يلي:

- 1-5 البيئة الأسرية:** "تعد الأسرة المؤسسة الإجتماعية الأولى التي تتفاعل مع الطفل ، حيث تجرى عملية التنشئة الإجتماعية للطفل داخل محيط أسرته حيث يتعلم فيه الكثير من أشكال السلوك

¹ مريم سليم، مرجع سابق، ص ص، 198، 199.

² مصطفى محمد عبد العزيز: سيكولوجية التعبير الفني عند الأطفال، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2014، ص ص 17،20

³ منيرة زلوف: مفاهيم أساسية في الشخصية ودورها في حياة المراهق، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص 17.

الإجتماعي، كما يتعلم كيف يعيش وبالتالي تتكون ميوله واتجاهاته، وتحقيق هذه الحاجات النفسية عن طريق الوالدين والإخوة تعتبر دعامة لتقوية الروابط الوجدانية للطفل¹.

5-2 البيئة المدرسية: "تساهم البيئة المدرسية إسهاما كبيرا في نمو الطفل من معارف ومعلومات، ومن خلال مساعدته في تكوين شخصية مستقلة وطرق التفكير السليم وحل المشكلات وبناء علاقات إجتماعية قوية واكتساب المهارات المختلفة وغيرها"².

5-3 البيئة الإجتماعية: "حيث يكتسب الطفل أنماط ونماذج سلوكه وسمات شخصيته نتيجة للتفاعلات الإجتماعية مع غيره من الناس من خلال عملية التنشئة والتطبيع الإجتماعي، وخلال سنوات حياته الأولى هي أبرز عوامل التأثير الإجتماعي وبعد ذلك يأتي دور الصبغة والرفاق في المدرسة والمجتمع الكبير"³.

6- علاقة الطفل بالإشهار:

"تلعب خصوصية الإشهارات التلفزيونية من حيث التصميم والتمثيل وبصفتها أكثر هذه الرسائل التي يتعرض لها الأطفال في التأثير عليهم، لذلك تشير معظم البحوث إلى تعاظم مكانة الإشهارات التلفزيونية بالنسبة للأطفال بحكم الإستخدامات الذكية للمؤثرات البصرية، حيث يتم مراعاة أساليب جذب الإنتباه مثل الرسوم المتحركة المعروفة عند الأطفال والتركيز على الألوان الجذابة والتعامل مع حركات الكاميرا وغيرها من أساليب الجذب المختلفة"⁴.

"كما يفسر بعض الباحثين أهمية دراسة سلوك الطفل بأن الطفل مستهلك وأن اختياراته ما هي إلا إنعكاس للخبرات والمعلومات التي اكتسبها من بث التلفزيون أولا، وأنه إذا ما شاهد الإشهار عن طعام معين فهو يتجه إلا لهذا الطعام، ولا شك أن دور التلفزيون تعاظم في هذا المجال"⁵.

"فعدد الومضات الإشهارية التي تشتمل على مشاهد الأطفال يزداد بانتظام، حيث كشفت مؤسسة القياس الإشهارية الفرنسية أنه خلال سنة 1944 تم بث 526 ومضة إشهارية تتضمن أطفال بين 4465 شريط إشهاري، حيث يشارك الأطفال في الإشهار التلفزيوني بشكل كبير، ومن المعلوم أن الإشهار هو

¹ عصام نور سرية: علم نفس النمو، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص ص37،36 .

² عمر أحمد الهمشري، مرجع سابق، ص ص38، 39.

³ حامد عبد السلام زهران، مرجع سابق، ص 38.

أحمد بوعون: الإعلان الموجه للطفل في القنوات الفضائية العربية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، كلية الإعلام والإتصال، جامعة قسنطينة، 2018، ص219.

ثامر عبد اللطيف وآخرون: سيكولوجي الإعلان وتأثيرها على سلوك الطفل كفتة مستهدفة، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية،

⁵ المجلد 6، العدد 28، جويلية 2021، ص225.

الأكثر تأثير على المشاهدين وخاصة الأطفال منهم، ذلك أن الإشهار التلفزيوني تتوفر فيه شروط عديدة تجعل تأثيراته كبيرة إذ يتميز بالقصر والإيقاع الملائم لطبيعة الموضوع المعلن عنه".¹

7- تأثير الإشهار التلفزيوني على سلوك الطفل:

تؤثر الإشهارات التلفزيونية على مختلف الفئات العمرية في المجتمع وخاصة الأطفال ويتجلى ذلك التأثير من خلال تجاوب الأطفال معها، إذ أنها أصبحت تشغل حيزا واسعا ضمن البث التلفزيوني اليومي. "حيث تؤثر هذه الإشهارات على أطفالنا في سلوكياتهم وغذائهم ونموهم خصوصا عندما تشاهد اختيار عرض هذه الإشهارات التي تتناسب مع وقت تواجدهم أمام التلفزيون".²

"و قد كثر الحديث من قبل عن التأثير الذي يمكن أن يحدثه الإشهار على الطفل من تنشئته على السلوك الإستهلاكي فضلا عن تطلعاته بشكل يؤدي إلى رفضه لواقعه الأسري مما يؤدي إلى أشكال مختلفة من الصراع داخل الأسرة. بالإضافة إلى تأثيرها على معارفه ولغته وتحديد أولوياته وتشكيل ذوقه".³

"كما تساعد عوامل جذب الإنتباه على ملاحظة الأطفال في الإشهار التلفزيوني وتركيز إدراكهم في فترة وجيزة، وتعد عملية جذب إنتباه الطفل من أحد المشاكل التي تواجه عملية التأثير الإعلاني، فالطفل يتعرض إلى المئات من الرسائل الإشهارية ومن الطبيعي أن عددا محددًا من تلك الرسائل سوف تجذب إنتباه هذا الطفل ولذلك فإن الإنتباه هو الهدف النفسي لأي إشهار وبدونه تفقد الرسالة الإشهارية فرصة تلقي الأطفال لها".⁴

دليلة شريفي: الطفل والإشهار في التلفزة الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، كلية علوم

¹الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 3، 2015، ص108.

² جميل خليل محمد: الإعلام والطفل، ط2، دار المعتز، عمان، 2014، ص445.


³ منى الحديدي: الإعلان، ط2، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002، ص 176.

مروة مرتضى حماسي: استخدام الكوميديا في الإعلان التلفزيوني وتأثيرها على الطفل، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة،

⁴2014، ص 25 .

خلاصة الفصل:

بعدها تطرقنا في الإطار النظري إلى الأخلاق والطفل واستخدامه في الإشهار التلفزيوني، سنحاول تجسيد هذه المعلومات والمعطيات في الإطار التطبيقي لتكون السند لنا في عملية التحليل السيميولوجي الذي يتطلب دراسة أبعاد الأخلاقية للشخصيات، اللباس ، المكان والرسالة الأسنية لعينة الومضات الإشهارية المختارة .



الإطار
التطبيقي

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

تمهيد

- 1- البعد الأخلاقي للومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج "حليب ميلكوسبراي"
- 2- البعد الأخلاقي للومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج "زريعة شيواوا"
- 3- البعد الأخلاقي للومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج "بيسكويت بيمو"
- 4- البعد الأخلاقي للومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج "حلاوة الروضة"

نتائج الدراسة التحليلية

خلاصة الفصل

خاتمة

تمهيد:

سنعرض في الإطار التطبيقي إلى التحليل السيميولوجي للومضات عينة الدراسة، وهي أربع ومضات

إشهارية معروضة على قناتي الشروق tv و النهار tv كالتالي:

- الومضة الاشهارية الخاصة بمنتوج حليب "ميلكوسبراي".
- الومضة الاشهارية الخاصة بمنتوج "زريعه شيواوا".
- الومضة الاشهارية الخاصة بمنتوج "بسكويت بيمو".
- الومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج "حلاوة الروضة".

حيث سنقوم بتوضيح الأبعاد الأخلاقية للشخصيات واللباس المكان و... في الومضات الاشهارية، وذلك

اعتمادا على مقارنة رولان بارت من خلال التقطيع التقني والقراءة التعيينية والتضمينية.

التحليل السيميولوجي للومضة الاشهارية الخاصة بجليب "ميلكوسبراي":

مدة الومضة: 41 ثانية

التقطيع التقني:

رقم اللقطة	مدة اللقطة	شريط الصورة			شريط الصوت			الجو العام للقطة
		نوع اللقطة	زوايا التصوير	حركة الكاميرا	الموسيقى الموظفة	تعليق وحوار	المؤثرات الصوتية	
01	04 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	ليوم جيت نحكياكم على بابا		البننت ترتدي ثياب بلون أصفر جالسة على طاولة وأمامها أدوات مدرسية.
02	03 ثا	لقطة أمريكية	منخفضة	ثابتة	هادئة	بابا هو الهائل قاع في هذا العالم		البننت عائدة من المدرسة والأب يرافقها ويحتضنها.
03	03 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	بابا هو السوبرمان ديالي		الأب يحمل ابنته على كتفه في جو يسوده الفرح والسرور.
04	02 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	/		الأب يحمل ابنته على كتفه.
05	04 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	بابا هو الذكي		البننت جالسة على الكرسي.

		دائما						
06	03	ثابتة	هادئة	/	الأب يجلس بجانب ابنته يحمل في يده قلم وهي ترسم فوق الطاولة ، لتظهر في الخلف أم جالسة مع ابنها في المطبخ.			
07	06	ثابتة	هادئة	بابا يحافظ بزاف على الصحة تاعي وشريلي حليب ميلكوسبراي	البننت تجلس أمام الطاولة وأمامها أدوات مدرسية تظهر يد الأب على الجهة اليسرى يضع على الطاولة علبة "حليب ميلكو سبراي".			
08	05	مائلة	هادئة	/	العائلة مجتمعة على مائدة الطعام، والام تعطي لإبنها قطعة حلوى وهي تبتسم ويسكب الأب لابنته الحليب ويأخذ معها صورة فوتوغرافية.			
09	08	ثابتة	هادئة	حليب ميلكوسبراي الجودة من مزارع نيوزيلندا غني	صورة توضح علبة منتج ميلكو سبراي مع أنواع الفيتامينات التي يحتوي عليها.			

		بالفيتامينات الضرورية للجسم يقوي المناعة و ذو طعم لذيذ.						
تظهر على الصورة علبة حليب ميلكو سبراي والعلامة التجارية والشعار وخصائص المنتج.		مع ميلكوسبراي أريح صحتك	هادئة	ثابتة	عادية	قريبة	03 ثا	10



القراءة التعيينية:

إشهار "حليب ميلكوسبراي" هو إشهار تلفزيوني بث لأول مرة على قناة النهار TV سنة 2019. تقوم فكرته على الترويج لمنتج الحليب عن طريق استخدام عائلة صغيرة تتكون من أب وأم وولد وبنات. تستهل هذه الومضة الاشهارية بلقطة مقربة وزاوية تصوير عادية وحركة كاميرا ثابتة، لتوضيح صورة البنت وهي جالسة على الكرسي تضع يديها على طاولة تحتوي على أدوات مدرسية متمثلة في أقلام تلوين وكراس رسم، وفي نفس الوقت تنظر إلى عدسة الكاميرا وتتكلم بطريقة توحى إلى الحب والإعجاب بالدها.

لتأتي لقطة أخرى تظهر فيها البنت وهي عائدة من المدرسة بمرافقة والدها في جو يغمره الحب والحنان والفرح. كما نلاحظ أن الأب يحتضن ابنته ويضع يده على كتفها في حين يمسك بيده الأخرى يدي ابنته، لتظهر على الجهتين اليمنى واليسرى بنايات عالية ومجموعة من الأشجار. في زاوية قريبة تظهر لنا صورة الأب وهو يحمل ابنته على كتفه في الشارع في جو يملأه الفرح والسرور، مع وجود أشجار خضراء ومنزل في الخلف.

لتأتي بعد ذلك لقطة بحركة كاميرا ثابتة، توضح صورة البنت وهي جالسة على طاولة الأكل مع والدها وتحمل في يدها قلم تلوين. كما نلاحظ في الخلف الأم جالسة مع ابنتها في مطبخ عصري يحتوي على طاولة فوقها علبة "حليب ميلكوسبراي".

فتنتقل الومضة مباشرة إلى البنت بنفس اللباس والوضعية ونفس زاوية التصوير واللقطة التي ظهرت بها في اللقطة الأولى، إذا نلاحظ ظهور يد الأب وهو يضع علبة "حليب ميلكوسبراي" فوق الطاولة لتظهر على وجه البنت ملامح الفرح بمجرد وضع الأب للعلبة.

وفي اللقطة الموالية نلاحظ ظهور أفراد العائلة في جو عائلي بهيج، جالسين حول مائدة الأكل تحتوي على حلويات، عصير، إبريق حليب. فنجد في الجهة الأخرى الأم وهي تقدم لابنتها قطعة من الحلويات وكأس حليب وهي تبتسم، لنجد في الجهة المقابلة الأب وهو يلتقط صورة فوتوغرافية مع ابنته. وفي الأخير يظهر لنا المنتج في لقطات وأشكال مختلفة. تختفي الومضة بصورة ذات خلفية زرقاء تشبه لون البحر، وظهور علبة "حليب ميلكوسبراي" وسط الشاشة محطة أنواع الفيتامينات التي يحتوي عليها على شكل دوائر تحمل الألوان: الوردية، الأحمر، الأزرق، الأخضر...بالإضافة إلى المعلومات الخاصة بالمنتج والتي تمثلت في خصائصه، الشعار الذي كتب على علبة الحليب وعلامته التجارية. ليتم في

الأخير تقريب ختم الإمضاء من الشاشة الذي جاء على شكل دائرة وكتبت عليه نسبة 100%؛ التي توجي إلى احتوائه على المكونات الطبيعية. وظهور العبارة الألسنية التي تمثلت في: " مع ميلكوسبراي تريح صحتك " .



القراءة التضمينية:

بعد انتهائنا من القراءة التعيينية للومضة الإشهارية ننتقل إلى المستوى الثاني وهو القراءة التضمينية، من خلال التحليل المعمق لمجموعة من الدلالات والتي تمثلت في: الشخصيات، الموسيقى، اللباس، الموقع وعلاقتها ببعض القيم الأخلاقية والسلوكيات المجسدة في الومضة:

1- البعد الأخلاقي للشخصيات: تعتبر الشخصيات جزءا أساسيا لا بد من حضوره في الإشهار التلفزيوني من أجل نجاحه وتجسيد فكرته الأساسية، فالشخصيات التي اعتمد عليها المخرج تمثلت في الطفلة والأب والأم والطفل الذي يعتبر شخصية ثانوية.

- تم توظيف شخصية الطفلة في الإشهار داخل وسط عائلي مع الأب والأم في المنزل، وبالتالي قام الإشهار بتجسيد ثقافة الأسرة التي تحافظ على الأسس القيمية والأخلاقية للأسرة الجزائرية. ومن ناحية أخرى فالبنيت تعتبر شخصية أساسية في الإشهار، وبما أن اشهارات منتوجات الحليب موجهة للأطفال في أغلب الأحيان فتمثل دورهم الأساسي في الترويج لمثل هذه المنتوجات، فيقوم المصممين باستخدام الطفل عن طريق استغلال براءته ودفع له مبلغ مالي من أجل تنشيط الطلب على المنتج أي محاولة دفع الناس إلى تجربته واقتنائه.

- كما تم توظيف شخصية المرأة التي شغلت دور الأم، فهي تعتبر كأحد المقومات المؤثرة والفعالة في الإشهار لكونها منظر قوة وجذب، وخاصة أنها أصبحت مادة دسمة في الترويج للسلع خاصة إذا كان ظهورها بصورة جريئة، فذلك يستدعي بالضرورة التركيز على جسدها ومفاتنها. فطريقة توظيف المرأة من قبل المخرج لا يتوافق مع عاداتنا وديننا ولهذا المصمم استخدم جسد المرأة من أجل قيمته الجمالية وهذا ما يتضح لنا في إشهار منتج "حليب ميلكوسبراي". فاستخدام فتاة جميلة تجعل المتلقي يتابع حركات جسدها قبل التركيز على الخيارات المتعددة التي يقدمها المنتج.

- كما وظف المخرج شخصية الرجل والذي شغل دور الأب، أي أنه لعب دور البطل في الإشهار. فقط تم توظيفه بصفته رب العائلة فالمخرج من جهة قام بإبرازه بشكل إيجابي يعكس دوره الأسري داخل المنزل؛ من خلال الاهتمام ورعاية أبنائه، وهذا ما يوضح لنا مقومات الأسرة والمجتمع الإسلامي. ومن جهة أخرى نلاحظ توظيف غير موفق لشخصية الأب من قبل المخرج، وهذا ما برز في الزاوية المنخفضة من اللقطة الثانية التي ترتبط بفكرة تعظيم وافتخار البنت بوالدها. لأن الفخر والتباهي من الأخلاق القبيحة التي نهى عنها الله عز وجل فهو خلقا مذموم في الدين الإسلامي، كما أنه يؤثر على تنشئة الطفل وتربيته.

2- البعد الأخلاقي للباس:

نلاحظ أن هذه الومضة الاشهارية وظفت للباس العصري والأنيق. وهذا ما ظهر من خلال شخصية الأم التي تمثلت في المغنية الجزائرية "أروى مهراوي"، والتي ظهرت في هيئة ولباس متبرج وغير محتشم، بالإضافة إلى الشعر القصير وهذا كله مرتبط بالثقافة الغربية والتي تعكس تماما ثقافة المجتمع الإسلامي، أي أن المرأة في هذا السياق تشبه المرأة الغربية، ومنه الومضة الاشهارية جسدت المرأة بلباس بعيد عن الأصالة ولا يتوافق مع ثقافتنا وديننا.

3- الرسالة الألسنية:

نلاحظ من خلال الفيلم الإشهاري حضور العبارات الشفوية، جاءت من أجل تدعيم صورة الأب رفقة ابنته، والتي تمثلت في قول البنت (. اليوم جيت نحكيلكم على بابا ... بابا هو الهائل قاع في هذا العالم)، هذه الرسالة تدل على طاعتها لوالدها وإعجابها به وعلى أنه قدوة لها. كما ظهر مدلول الرسالة الألسنية والتي تمثلت في قولها: (بابا يحافظ بزاف على الصحة نتاعي ويشريلني حليب ميلكوسبراي)، إذ

تبين لنا هذه العبارة بأن المخرج يحاول إقناع الجمهور بأن "حليب ميلكوسبراي" مفيد للصحة بغرض تنشيط الطلب عليه ومن أجل تحقيق الأرباح.

بالإضافة إلى ذلك حضور الرسالة الألسنية المكتوبة في آخر اللومضة الاشهارية والمتمثلة في اسم العلامة التجارية، وهي (مع ميلكوسبراي اربح صحتك)، وذلك من أجل ترسيخ المنتج في ذهن المتلقي.

4- الأخلاق والسلوكات المتضمنة في الومضة:

1-4 الأخلاق الحسنة:

- بروز قيمة بر الوالدين والتي تمثلت في إعطاء الأب مكانه كبيره واعتباره قدوة حسنة، فقط جسد المخرج هذا الخلق الحسن في أغلب اللقطات القريبة بهدف محاولة التأثير على الجمهور وحثهم على الالتزام بهذه القيم النبيلة. فكون البنت جالسة على الكرسي بوضعية يدين مضمومة تدل على قوة العلاقة مع والدها، كما أن تصويرها معه في الخارج واحتضانهم لبعضهم البعض يدل على الاهتمام والبر والحنان، وهي من الصفات الحسنة التي حتى عليها الدين الإسلامي والتي ظهرت من خلال الرسالة الألسنية التالية: (بابا هو الهايل قاع في هذا العالم)، والتي تدل على حبها لوالدها وعلى أنه قدوة لها.

- كما تحمل هذه الومضة أيضا قيمة أخلاقية أخرى تمثلت في الاحترام المتبادل بين الأب وابنته، فقد برزت من خلال تصرفاتها ونبرتها التي توحى على الحب والإعجاب بوالدها وهي تتحدث عنه، وكذلك إحترامها له، كما وضحت لنا الومضة بأن الممثل الذي أدى شخصية البطل يعتبر الطفلة بمثابة ابنة له، وهي أيضا تعتبره بمثابة أب لها، وذلك من أجل محاولة تعريف الجمهور كيف تكون العلاقة الحقيقية بين الأب وابنه، وكل هذا جسدهته الرسالة الألسنية التي جاءت في قول البنت (اليوم جيت نحكيكم على بابا).

- ظهور طريقة إمساك الأب يدي ابنته تجعل المشاهد يلمس قيمة أخلاقية متمثلة في العطف، وذلك من خلال رعاية الصغير وإعطائه حقه من حب وحنان، إذ تعد العلاقة بين الأب وابنته علاقة الطاعة واحترام وتقدير، وهي من القيم التي حث عليها الدين الإسلامي.

4-2 الأخلاق السيئة:

تمثلت السلوكات والأخلاق السيئة في الومضة فيما يلي:

- قيمة التعظيم والافتخار التي ظهرت من خلال الزاوية المنخفضة للدلالة على قوة شخصية الأب ومكانته بالنسبة لابنته والتباهي به. فالدين الإسلامي حث على بر الوالدين وطاعتها إلا أنه نهى عن التباهي والتفاخر.

- استغلال براءة الأطفال من أجل الحصول على مكاسب مادية، وذلك من خلال التأثير على الجمهور ومحاولة إقناعهم بميزات وخصائص المنتج بهدف زيادة الطلب عليه.

التحليل السيميولوجي للومضة الاشهارية الخاصة بزريعة "شيووا":

مدة الومضة: 37 ثانية

التقطيع التقني:

رقم اللقطة	مدة اللقطة	شريط الصورة			شريط الصوت			الجو العام للقطة
		نوع اللقطة	زوايا التصوير	حركة الكاميرا	الموسيقى الموظفة	تعليق وحوار	المؤثرات الصوتية	
01	02 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	مرحة	/		مضمون اللقطة
02	01 ثا	قريبة	جانبية لليسار	ثابتة	/	/		توضح الصورة تلميذة جالسة تقضم حبة زريعة بأسنانها.
03	01 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	/	/		توضح الصورة الأستاذ يكتب على السبورة بقلم أزرق ويحاول الإنصات إلى الأصوات التي يصدرها التلاميذ.
04	01 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	مرحة	/		توضح الكاميرا يدين تلميذ تمسك بكيس زريعة شيواوا.

05	01 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	مرحة	/	توضح تلميذ يرتدي منزر أزرق جالس يقوم بفتح كيس زريعة شيووا.
06	02 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	/	/	توضح المعلم أمام السبورة وهو يلتفت بسرعة إلى التلاميذ وعلامات الانزعاج على وجهه من الأصوات التي يسمعها.
07	1 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	/	/	توضح تلميذ يرتدي منزر أزرق بيديه قلم أخضر وقلم أزرق ويضرب بالقلمين مصدرا ايقاع وخلفه تلميذ بقميص أصفر وأسود ويرتدي منزر يحمل كيس زريعة شيووا.
08	3 ثا	قريبة	عادية	بانوراما عمودية	مرحة	/	تلميذة جالسة على الطاولة ترتدي منزر وردي، تقوم بالدق على الطاولة ، ويوجد في الدرج أكياس زريعة شيووا.
09	01 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	مرحة	شيووا	تلميذة تضع يدها على خدها وتهمس بصوت خافق

شيوواوا.								
تلميذة واقفة وترقص ثم تضع حبة زريعة في فمها والتلاميذ جالسون ويقومون بحركات والأستاذ يكتب ويرقص.		/	مرحة	ثابتة	عادية	متوسطة	02 ثا	10
تلميذة تضع حبة زريعة في فمها وتقوم بقضمها بأسنانها.			مرحة	ثابتة	عادية	قريبة	02 ثا	11
توضح الأستاذ يكتب على السبورة ويرقص بكتفيه، وخلفه التلاميذ يمرحون ويرقصون.			مرحة	ثابتة	عادية	متوسطة	02 ثا	12
تلميذ بمئزر ازرق ويديه كيس زريعة شيواوا، يقوم برج الكيس من الأسفل إلى الأعلى.			مرحة	ثابتة	عادية	قريبة	02 ثا	13
تلميذ جالس يرقص ويقوم بحركات بأصابعه، وأمامه طاولة عليها مجموعة من أكياس وحبات زريعة.	طرطقة الأصابع		مرحة	ثابتة	عادية	قريبة	01 ثا	14
تلاميذ يتبادلون أكياس الزريعة خفية، والأستاذ يكتب			مرحة	ثابتة	عادية	متوسطة	04 ثا	15

على السبورة ويرقص فجأة يتوقف عن الرقص ويلتفت إليهم.								
مجموعة من التلاميذ جالسين ومطأطئون رؤوسهم ويتظاهرون بالكتابة.			مرحة	ثابتة	عادية	عامة	03 ثا	16
توضح الصورة أكياس زريعة شيواوا باللون الزهري ، واللون البنفسجي تتحرك وشعار مكتوب chiwawa 100% طبيعية بنينة وصحية.		زرعية شيواوا 100% طبيعية بنينة وصحية	مرحة	ثابتة	عادية	قريبة	04 ثا	17
توضح الأستاذ جالس في المكتب ويقوم بحركات برأسه ويأكل حبة زريعة وهو يتكلم وأمامه على المكتب مجموعة من أكياس زريعة شيواوا وظهور العلامة التجارية الفرنسية مكتوبة بلون أبيض في إطار أحمر chiwawa! GRAINSBE TOURNESOL ووجه مهرج.		شيواوا الزريعة لي نهوا	مرحة	ثابتة	عادية			18



المستوى التعييني:

تبدأ الومضة الاشهارية "الزريعة شيواوا" بلقطة متوسطة وزاوية تصوير عادية ؛ وحركة ثابتة للكاميرا داخل قسم دراسي به مجموعة من التلاميذ جالسون في الطاولات، ويتبادلون زريعة شيواوا خفية عن الأستاذ ثم تظهر تلميذة بلقطة قريبة وزاوية تصوير جانبية تقوم بقضم حبة زريعة بأسنانها.

بعد ذلك يظهر الأستاذ يكتب على سبورة بيضاء بقلم أزرق وهو ينصت إلى الأصوات التي يصدرها التلاميذ. بعد ذلك يظهر تلميذ يرتدي منزرا أزرق وهو يفتح كيس زريعة يلتفت الأستاذ بسرعة. ثم يظهر تلميذ يضرب بقلمين أخضر وأزرق محاولا إصدار إيقاع.

وبلقطة قريبة تظهر تلميذة تجلس في الطائرة وتدق عليها بيدها وبحركة بانوراما للكاميرا يظهر الدرج فيه أكياس من "زريعة شيواوا". وتظهر تلميذة أخرى تضع يدها على خدها وتهمس بصوت منخفض "شيواوا".

وبعد ذلك تظهر تلميذة واقفه تأكل حبة زريعة وتركس والتلاميذ جالسون ويمرحون والأستاذ يكتب على السبورة ويرقص.

ثم ركزت الكاميرا على تلميذة وهي تأكل حبة زريعة وتستمتع بها والأستاذ يكتب ويرقص بكتفيه، ثم يظهر تلميذ جالس ويقوم برج كيس الزريعة الذي بيده، وهناك تلميذ آخر يقوم بحركات بأصابعه وعلى الطاولة أمامه توجد أكياس وحببات زريعة متفرقة. والتلاميذ يتبادلون أكياس الزريعة فيما بينهم والأستاذ يكتب ويرقص، وفجأة يتوقف ويلتفت إليهم فيتوقفون ويتظاهرون بالكتابة.

وتختم الومضة الاشهارية بلقطة قريبة وزاوية عادية وحركة ثابتة للكاميرا للأستاذ وهو جالس على المكتب، يقوم بحركات برأسه ويأكل حبة زريعة، وأمامه على المكتب أكياس "زريعة شيواوا"؛ ويقول (شيواوا الزريعة لنهوا)، وظهور العلامة التجارية بلون أبيض في إطار أحمر ووجه المهرج.



المستوى التضميني:

1- البعد الأخلاقي للشخصيات:

تلعب الشخصيات دورا فعالا في الومضة الاشهارية والتي تتمثل فيما يلي:

- توظيف شخصية الرجل المتمثلة في الممثل الجزائري "زوبير بلحور" الذي شغل دور الأستاذ داخل القسم يكتب على السبورة وهو يرقص أمام التلاميذ وهذا سلوك يطيح بمكانة الأستاذ الذي يعد المربي والقُدوة وجعله مسخرة في أعين التلاميذ.

- ظهور التلاميذ داخل القسم وهم يمارسون سلوكات غير أخلاقية، وذلك من خلال إبرازهم وهم يتبادلون أكياس زريعة شيووا، إضافة إلى الرقص والاستمتاع بتذوق الزريعة خفية عن الأستاذ .

فمن خلال الومضة الاشهارية نلاحظ أن التلاميذ انصرفوا عن دورهم الحقيقي داخل القسم الذي يتمثل في طلب العلم والمعرفة إلى أنهم استغلوه للأكل واللهو والرقص.

2- البعد الأخلاقي للموسيقى:

بالرغم من الموسيقى لها دور كبير في التأثير على المتلقي؛ كما أنها تعمل على إعطاء إيقاع يساهم في إثارة اهتمامه بالمنتج المقدم. إلا أن استخدامها من قبل المصمم في إشهار "زريعة شيووا" كان في المكان الخطأ، فتوظيف الموسيقى داخل القسم من السلوكات غير أخلاقية التي تشوه صورة المدرسة التي تعد مكانا للتعلم لا للغناء والرقص.

3- البعد الأخلاقي للباس:

بروز الشخصيات بالزي المدرسي الرسمي، المتمثل في المآزر الزهرية للإناث والزرقاء للذكور والأبيض للأستاذ. هذا الزي يمثل في الحقيقة صورة التلميذ الملتزم والأستاذ المحترم والمتقف. إلا أننا نلاحظ في هذه الومضة أن اللباس لا يمد بصلة بالصورة التي وظفت فيها الشخصيات داخل القسم، وتصرفات الممثل لا تعبر عن الأستاذ المتحضر، وسلوكات التلاميذ منافية تماما لأخلاقيات وقوانين المدرسة.

4- البعد الأخلاقي للمكان:

نلاحظ أن المكان الذي تمر فيه الومضة الاشهارية كان داخل قسم دراسي به تلاميذ وأستاذ وطاولات وسبورة، إلا أن المخرج في هذه الومضة وظف التلاميذ والأستاذ في القسم باعتباره مكان للهو والمرح والرقص والأكل؛ وليس مكان للتعليم والتعلم. هذه التصرفات تضرب صميم المدرسة وتضرب عمق العملية التعليمية.

5- الرسالة الألسنية:

نلاحظ من خلال الومضة بروز العبارات الشفوية والتي تتمثل في:
همس التلميذة بصوت منخفض وهي تقول:(شيووا)، فبدل من تركيزها مع الأستاذ إلا أنها تروج للمنتوج عن طريق إحداث فوضى وتشويش داخل القسم.
كما برزت عبارة شفوية متمثلة في قول المعلّقة: (زريعة شيواوا 100% طبيعية بنية وصحية)، فالمصمم يوضح لنا من خلال هذه العبارة بأن "زريعة شيواوا" مفيدة للصحة ووطبيعية، إلا أنه في الحقيقة يروج لمنتوج غير صحي مليء بالأملاح ، وفي هذا تضليل للمستهلك من أجل اقتناء المنتوج وتتشويش الطلب عليه.

كما نلاحظ في الومضة الاشهارية بروز بعض المؤثرات الصوتية قام بها التلاميذ من خلال تلميذ جالس ويقوم بحركات بأصابعه مصدرا صوتا مزعج، وكذلك تلميذ آخر يضرب بقلمين، وتلميذة تقوم بالدق على الطاولة، محاولين صنع ايقاع؛ وهذا أثناء الدرس وكل هذه السلوكات غير أخلاقية، فالتلميذ مكانه في القسم للدراسة وليس للهو والتشويش.

6- الأخلاق والسلوكيات المتضمنة في الومضة:

- غياب خلق الحياء والإحترام، من خلال إبراز التلاميذ في أغلب اللقطات يأكلون ويتبادلون أكياس "زريعة شيووا"، بالإضافة إلى الرقص والمرح داخل القسم بحضور الأستاذ أثناء الدرس.
- إهانة مكانة الأستاذ والإطاحة من قيمته، من خلال توظيفه في الومضة كراقص يرقص أمام التلاميذ ويأكل الزريعة.
- الكذب على المستهلك ومحاولة إقناعه أن "زريعة شيووا" طبيعية وصحية، إلا أنها في الحقيقة منتج غير صحي غني بالأملاح.

التحليل السوسيوولوجي للومضة الاشهارية الخاصة "بسكويت بيمو":

مدة الومضة: 55 ثانية.

التقطيع التقني:

رقم اللقطة	مدة اللقطة	شريط الصورة			شريط الصوت		الجو العام للقطة
		نوع اللقطة	زوايا التصوير	حركة الكاميرا	الموسيقى الموظفة	تعليق وحوار	
01	2 ثا	قريبة	عادية	بانورامية	هادئة	/	طفل يرتدي قميص رمادي يتجه نحو المطبخ.
02	2 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	/	طفل جالس أمام الطاولة تحتوي على فناجين قهوة وعلبة بسكويت لتظهر يدين الأم وهي تحضر وجبة الفطور.
03	1 ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	مع بيمو	صورة توضح يد طفل يحمل قطعة بسكويت بيمو وهو ينظر لها بابتسامة.
04	1 ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	/	يد لطفل يحمل قطعة بسكويت لتظهر يد شخص آخر لتأخذها منه.
05	1 ثا	قريبة	عادية	بانورامية	هادئة	كل يوم جديد	صورة توضح نفس الشخص الذي ظهر في اللقطة السابقة الذي أخذ من يد الطفل قطعة البسكويت ليضعها في فمه وتظهر على وجهه ملامح السخرية.
06	1 ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	/	ظهور يد الطفل يضع قطعة البسكويت في فمجان

الحليب.								
لقطة توضح الأم ترتدي قميص بني وهي تبتسم.	/	/	هادئة	بانورامية	عادية	قريبة جدا	2 ثا	07
طفل يرتدي قميص أزرق فاتح وسروال بني مع نظارات وهو ينظر للأعلى.	/	الشجاعة	هادئة	ثابتة	مرتفعة	عامة	2 ثا	08
صورة توضح لقطة صغيرة عالقة أعلى شجرة وهي تموء.	/	تيجي مع الوقت	هادئة	ثابتة	منخفضة	قريبة	1 ثا	09
لقطة توضح رجل الطفل وهو يصعد للشجرة.	/	القوة	هادئة	ثابتة	عادية	قريبة جدا	1 ثا	10
ظهور يد الطفل يمسك غصن الشجرة	/	لي تحتاجها	هادئة	ثابتة	منخفضة	قريبة جدا	1 ثا	11
طفل يحمل القطة بين يديه وهو يقوم بمداعبتها وعلى وجهه ابتسامة خفيفة.	/	راهي داخلك	هادئة	ثابتة	عادية	قريبة	1 ثا	12
ظهور رجل طفل تقوم بقياس مسافة المرمى وبعدها تظهر يد يسرى لطفل يضعه حجرا من جانبه الأيسر.	/	قلبك يخفق	هادئة	ثابتة	عادية مائلة	قريبة جدا	2 ثا	13
طفل يرتدي قميص أبيض تظهر على وجهه ملامح الفرح والسرور.	/	... درجة	هادئة	بانورامية		قريبة	1 ثا	14
صورة توضح مجموعة من الأطفال يلعبون كرة القدم.	/	بدرجة نتحدى الصعاب	هادئة	ثابتة	عادية	متوسطة	2 ثا	15
طفل يرتدي قميص أزرق ينظر إلى الكاميرا بابتسامه.	/	/	هادئة	ثابتة	منخفضة	قريبة	1 ثا	16
صورة توضح أطفال يلعبون في حديقة التسلية.	/	مع صحابك	هادئة	بانورامية	عادية	متوسطة	1 ثا	17

18	1	ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	ظهور رجل طفلة تقفز .
19	1	ثا	قريبة	مائلة	ثابتة	هادئة	/	/	صورة الطفلتين ترتديان ثوبين ذو اللون الأحمر والأخضر تلعبان في الحديقة.
20	1	ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	/	يدك ممدودة	لقطة توضح صورة لطفلتين تمسكان بيدي بعضهما البعض.
21	1	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	لقطة توضح ظهور طفلة تنظر إلى يسارها وهي تبتسم.
22	1	ثا	قريبة	عادية	بانورامية	هادئة	/	لحق الفرحة	أطفال يتقاسمون بسكويت بيمو وعلامة الفرحة على وجوههم.
23	1	ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	/	تقاسم الفرحة	صورة الأطفال يتناولون البسكويت.
24	1	ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	/	كن قوى	لقطة توضح صورة الطفل ملتقطه من الخلف داخل القبو.
25	1	ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	طفل يفتح في علبة البسكويت بيمو.
26	1	ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	/	الدنيا	صورة الطفل وهو يتناول بسكويت.
27	1	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	/	قدامك	طفل يحمل قصاصة ورق كبيرة في يده وهو ينظر لها.
28	1	ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	لقطة توضح رجل طفل وهو يركض داخل المزرعة.
29	1	ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	/	أتمسك	طفل يحمل في يديه اليسرى طائرة ورقية.
30	1	ثا	بعيدة	عادية	ثابتة	هادئة	/	بأحلامك	صورة توضح طفل بلقطة بعيدة يجري حاملا في يديه الطائرة الورقية.

31	1	ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	إمراة تضع يديها على رفوف خزانة تحتوي على مواد غذائية.
32	1	ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	/	ابتسم	ظهور يد أخرى فوق يد المرأة ليأخذ علبة الشوكولاته من الرف.
33	1	ثا	قريبة	بانورامية	ثابتة	هادئة	/	/	صورة توضح الجده تبتسم والطفل يحمل بيديه علبة الشوكولاته.
34	1	ثا	قريبة جدا	عادية	بانورامية	هادئة	/	والبسة	ظهور وجه الطفل وهو يبتسم.
35	1	ثا	قريبة	عادية	بانورامية	هادئة	/	ترجعك	الطفل يعطي للجدة علبة الشوكولاته
36	1	ثا	قريبة جدا	عادية	بانورامية	هادئة	/	/	ظهور صورة الجدة وهي تحتضن حفيدها.
37	1	ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	شاب يرتدي بدلة جينز يحمل في يده هاتف المحمول
38	1	ثا	قريبة جدا	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	لقطة توضح حقيبة السفر فيها علب المنتج بسكويت بيمو بألوان مختلفة أزرق أخضر أحمر لتظهر تأخذ إحدى العلب.
39	1	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	صورة الشاب يضحك حاملا منتج بيمو في يده اليمنى والهاتف في يده اليسرى.
40	1	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	توضح لقطة الشاب يتحدث بواسطة الهاتف عن طريق الصوت والصورة مع المرأة يظهر لها علبة البسكويت.

41	1	ثا	بعيدة	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	لقطة توضح أطفال يركضون داخل مزرعة واسعة.
42	1	ثا	قريبة	عادية	بانورامية	هادئة	/	/	مجموعة من الأطفال يجلسون على غصن شجرة كبيرة.
43	1	ثا	قريبة	منخفضة	بانورامية	هادئة	/	/	أطفال ينظرون اتجاه الكاميرا.
44	1	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	/	/	ثلاثة أطفال ينظرون لعدسة الكاميرا في لقطة قريبة وملامح البسمة بادية على وجوههم.
45	1	ثا	قريبة	منخفضة	بانورامية	هادئة	/	من بكري	طفلة تنظر إلى الكاميرا لتظهر الابتسامة على وجهها.
46	1	ثا	قريبة جدا	عادية	بانورامية	هادئة	/	/	مجموعة الأطفال ليظهر الكاميرا من خلف أحد أطفال حمل في يده اليمنى قطعة بسكويت.
47	3	ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	/	كل يوم بيمو	لقطة توضح صور أطفال ملتقطة من الخلف مع ظهور اسم المنتج وسط الشاشة ليرافقه الشعار الخاص به.



القراءة التعيينية:

تعتبر هذه الومضة بمثابة ترويج لمنتوج بسكويت بيمو والذي بث على التلفزيون الجزائري.

تبدأ هذه الومضة الاشهارية بلقطة قريبة وزاوية تصوير عادية توضح صوره الطفل وأمه داخل المطبخ؛ بديكور عصري، وهو جالس على طاولة أكل تحتوي على فناجين قهوة وعلبة بسكويت بيمو، والأم تحضر وجبة الفطور، ثم يظهر الطفل يحمل في يده قطعة بسكويت ليأخذها شخص آخر منه.

وفي لقطة بانورامية بزواوية تصوير عادية يظهر نفس الشخص الذي ظهر في اللقطة السابقة وهو يأخذ من يد الطفل قطعة البسكويت ويضعها في فمه. وفي زاوية قريبة جدا توضح يد الطفل يضع قطعة البسكويت في فمجان الحليب ثم تظهر الأم ترتدي قميص بني وهي تبتسم.

وفي لقطة عامة وزاوية تصوير مرتفعة يظهر طفل يرتدي قميص أزرق فاتح وسروال بني، ويضع نظارة وهو ينظر إلى قطة عالقة أعلى الشجرة ثم يصعد لمساعدتها، ثم يظهر في لقطة أخرى وهو يحملها ويداعبها بلطف مع بروز ابتسامة خفيفة على وجهه ليظهر من الخلف حصان ومجموعة من الأشجار.

لتأتي بعد ذلك لقطة أخرى توضح أطفال يلعبون كرة القدم وبعدها نلاحظ صورة طفلتين تمسكان يدي بعضهما البعض في جو يملأه الفرح والسرور، بعد ذلك تأتي لقطة يظهر ثلاث أطفال جالسون على مقاعد يتقاسمون بسكويت مع بعضهم، لتظهر على الجهتين اليمنى واليسرى بنايات عالية.

وتتابعت الومضة الاشهارية بظهور الطفل يرتدي قميص أسود وسروال جينز يركض في مزرعة شاسعة حاملا في يده طائرة ورقية.

ونواصل المشاهدة في لقطة متوسطة، تظهر فيها الجدة تضع يديها على رفوف الخزانة تحاول أخذ علبة الشوكولاته، ثم تظهر يد الطفل يأخذها ويعطيها إياها ثم تقوم باحتضانه وملامح الفرحه بادية على وجوههم.

ثم تتابعت الومضة الاشهارية بصورة شاب يرتدي بدلة الجينز، ويمسك علبة بسكويت بيمو وهو يتحدث بواسطة الهاتف باستخدام الصوت والصورة مع امرأة . ليقوم بإظهار علبة المنتج لها وبعد ذلك تأتي لقطة بعيدة جدا للأطفال يركضون داخل المزرعة ومن بعدها تأتي لقطة توضح الأطفال جالسون على غصن شجرة.

وتختتم الومضة الاشهارية لقطات مختلفة، بداية مع صورة أطفال في لقطات مقربة ينظرون لعدسة الكاميرا بابتسامة ثم يظهر اسم المنتج باللون الأحمر وسط الشاشة، بالإضافة إلى العبارة الاسنية

مكتوبة باللون الأبيض والتي تمثلت في (من بكري ...كل يوم بيمو) وفوقها إسم المنتج باللغة الفرنسية (Bimo) باللون الأحمر.



القراءة التضمينية:

1- البعد الأخلاقي للشخصيات:

لقد ظهرت في الومضة عدة شخصيات، كانت من ضمنها الأطفال كشخصيات أساسية، إضافة إلى الأم والجدة كشخصيات ثانوية.

- تم توظيف شخصية الأطفال في الومضة، وذلك من خلال إبراز علاقة الصداقة والتعاون التي تربط فيما بينهم، كما أن المخرج تعمد توظيفهم من أجل الترويج للمنتج وزيادة الطلب عليه وذلك لأنهم يعتبرون المؤثرون في القرار الشرائي لأولياتهم.

- ظهور شخصية المرأة التي شغلت دور الأم في المطبخ تحضر الفطور لإبنتها، فقد وظفها المخرج للتعبير عن قيم الدفء والمودة والترابط العائلي الذي تتميز به كل عائلة جزائرية، أي أنه قام بإبرازها بشكل يعكس دورها داخل الأسرة، وكل هذا يوضح لنا أسس الأسرة العربية المسلمة.

- كما نجد شخصية الجدة التي ظهرت في زاوية من المطبخ وهي تحاول الوصول إلى علبة الشكولاتة، وكذلك ظهور الشاب الذي قام بمساعدتها واحتضانها وملاحم المحبة بارزة على وجوههم . فالمخرج حاول من خلال هذه اللقطة إبراز العلاقة التي تربط بين الأجداد والأحفاد الموجودة داخل كل أسرة مسلمة محافظة على قيمها وأسسها، وذلك من خلال إبراز قيم العطف والإحسان والتعاون التي حثنا عليها الدين الإسلامي.

2- البعد الأخلاقي للباس:

أما فيما يخص اللباس نجد أن الجدة ترتدي لباس يمثل ثقافة المجتمع الجزائري والذي يدل على السترة والعفة للمرأة، وقد وظفها المخرج ليبرز لنا ثقافتنا ويشعرنا بالأصالة والهوية الجزائرية. أما بالنسبة لشخصية للأم لاحظنا أنها ترتدي اللباس العصري الذي يدعو إلى تحرير المرأة من خلال إبراز المفاتن والإغراء والإثارة، ومنه يمكن القول أن الشخصية الأولى تحمل قيم أخلاقية تقليدية تتمثل في اللباس المحتشم، والأخرى تحمل الثقافة الغربية وهي منافية تماما للمجتمع الجزائري ولثقافة الدين الإسلامي.

أما باقي الشخصيات تمثلت في الأطفال وقد كان لباسهم عادي.

3- الرسالة الألسنية:

نلاحظ من خلال الإشهار حضور العبارات الشفوية المتمثلة في كلام المعلق وظهور بعض اللقطات لتوصيل الفكرة الى المتلقي والمتمثلة في:

- (الشجاعة تجي مع الوقت والقوة اللي تحتاجها راهي داخلك)، فقط جاءت هذه الرسالة الألسنية لتعبر عن الشجاعة والقوة والاعتماد على النفس.
 - عبارة (قلبك يخفق درجة بدرجة تتحدى الصعاب)، والتي تدل على العزيمة والإصرار والقدرة على اتخاذ القرارات الصعبة، وكذلك الثقة في النفس.
 - كما جاءت العبارة الألسنية المتمثلة في (مع أصحابك ديما يدك ممدودة تقاسم الفرحة)، تدل على علاقة الصداقة والمودة بين الأطفال ومساعدة بعضهم لبعض.
 - كما تجلت العبارة المتمثلة في (الدنيا قدامك تمسك بأحلامك)، وهذا دلالة على السعي والركض وراء الأحلام، ولتحقيقها يجب أن يتحلى الإنسان بقيمة من القيم العظيمة والتي تعرف بالصبر.
- بالإضافة إلى ظهور الرسالة المكتوبة في آخر الومضة الاشهارية والمتمثلة في (من بكري... كل يوم بيمو)، واسم العلامة التجارية باللون الأحمر وذلك لجذب الانتباه، فهي أدت وظيفة الترسخ وذلك من خلال محاولة تثبيت المنتج في ذهن المتلقي.

4- الأخلاق والسلوكيات المتضمنة في الومضة:

تضمنت هذه الومضة مجموعة من السلوكيات والأخلاق وهي كالتالي:

4-1 الأخلاق الحسنة:

- برزت قيمة التعاون في اللقطة العشرون، من خلال ظهور البنت وهي على وشك السقوط لتمد بنت أخرى يديها لمساعدتها، وهذا السلوك إيجابي، يدل على العمل الجماعي بين الأصدقاء وتحقيق منفعة متبادلة فيما بينهم.
- كما ظهرت قيمة أخلاقية حسنة تمثلت في الرفق بالحيوان، وذلك من خلال ظهور الطفل الذي قام بمساعدة القطة التي كانت عالقة على الشجرة، كما أخذ يسمح على رأسها ويداعبها.
- بروز قيمة حسنة متمثلة في الكرم، فقد ظهرت من خلال الطفل الذي يتقاسم قطع البسكويت مع أصدقائه.

4-2 الأخلاق السيئة:

- إعطاء الأمل على أن منتج بيمو صحي للأطفال ويكسبهم بنية جسدية سليمة وعقل سليم وهذا غير صحيح بتاتا.
- بروز قيمة الخداع للمشاهد، والتي تتمثل أن هذا المنتج طبيعي خالي من أي إضافات اصطناعية وذلك لتضليل المتلقي وحثه على إقتناء المنتج واستهلاكه.
- إعتبار منتج بيمو وجبة أساسية والزامية في كل بيت من خلال هذه الومضة، إلا أنه في الواقع لا يعتبر أساسي إطلاقا.

التحليل السيميولوجي للومضة الاشهارية الخاصة بـ "حلاوة الروضة":

مدة الومضة: 39 ثانية

التقطيع التقني:

الجو العام للقطعة	شريط الصوت			شريط الصورة				
	المؤثرات الصوتية	تعليق وحوار	الموسيقى الموظفة	حركة الكاميرا	زوايا التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
لقطة توضح دخول الجد بطريقة خفية حامل في يده اليمنى علبة المنتوج حلاوة الروضة.		/	هادئة	بانورامية	عادية	قريبة	02 ثا	01
توضح اللقطة خروج الجد من وراء الأريكة ليفاجئ فتاتين وولد الجالسين على الأريكة.		شامية شامية	هادئة	ثابتة	عادية	قريبة	02 ثا	02
توضح اللقطة الجد يغني ويحمل علبة حلاوة الروضة في يده اليمنى ويؤشر بإصبعه نحو المنتوج بيده اليسرى.		والروضة	هادئة	ثابتة	عادية	قريبة	02 ثا	03
لقطة توضح وقوف الجد من وراء الأريكة مع أحفاده الثلاثة وهم ينظرون إليه، ويرتدون زي تقليدي جزائري.		كامل ليا	هادئة	ثابتة	عادية	قريبة	01 ثا	04
لقطة توضح فتاتين جالستين أمام الطاولة عليها مجموعة من العلب حلاوة الروضة وهما تغنيان وتحركين أيديهما وتنتظران لبعضهم البعض.		ياجدو	هادئة	ثابتة	عادية	قريبة	01 ثا	05

06	01	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	ياجـدو	لقطة توضح الفتاتين وهما واقفتين يغنيان.
07	1	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	خليـنا	لقطة توضح فتاتين جالستين أمام الطاولة عليها مجموعة من علب حلاوة الروضة وهما تغنيان.
08	1	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	غير شوية	توضح اللقطة فتاتين وقفـتين وهما تغنيان وتتمايلين.
09	02	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	منقـدرش يا ولادي	لقطة توضح دخول الجد من خلف الجدار حامل في يده علبة حلاوة الروضة وتظهر على وجهه ملامح التردد.
10	02	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	خلوني نفكر شوية	لقطة توضح الجد واقف وهو يغني وفي يده علبة حلاوة الروضة وهو ينظر إلى العلبة لتظهر ملامح التردد وخلفه أحفاده جالسين على الطاولة.
11	01	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	مانغـيضوكش	لقطة توضح بنتين وقفـتين تغنيان.
12	01	ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	ياجـدو	لقطة توضح فتاتين جالستين أمام الطاولة وهما ينظران لبعضهم البعض ويدهما على وجنيتهما.
13	02	ثا	متوسطة	عادية	بانورامية	هادئة	خليـنا ندوقو شوية	لقطة توضح طفل وهو يرقص في وسط غرفة الجلوس.

14	01 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	لالا لالا	توضح لقطه الجد وهو يغني ويرقص في وسط غرفة الجلوس وعلبة حلاوة الروضة في يده اليسرى.
15	01 ثا	قريبة	عادية	بانورامية	هادئة	يا ولادي	لقطة توضح الجد وراء الأريكة وهو يلوح بيده ويحمل علبة حلاوة بيده الأخرى.
16	02 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	نتوما عزاز عليا	لقطة توضح الجد جالس أمام الطاولة مع حفيدته بياكل الحلوى روضة حيث كان يمزح معها حفيدته ليمر لها ملعقة من حلوة بينما هي تفتح فمها لتأكلها ويسرع لسحبها من فمها.
17	02 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	وروضة يا ولادي	توضح لقطه الجد واقف خلف الأريكة الثلاثة جالسين على الأريكة والجد حامل في يده علبة حلاوة الروضة.
18	02 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	مرحة	هي ليكم وليا	لقطة توضح جلوس الجد مع حفيدته أمام طاولة مملوءة بعلب حلاوة الروضة في أشكال وألوان مختلفة حامل في يده العلبه وممسك بيده الأخرى الملعقة.
19	01 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	الله يخليك	لقطة توضح فتاتين واقفتين تغنيان إحداهما تتمايل وهما تمسكان علبة حلاوة الروضة.
20	01 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	ياجدو	لقطة فيها بنتين جالستين أمام الطاولة عليها مجموعة من علب حلاوة الروضة وهما تغنيان.

21	01 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	الروضة	لقطة توضح فتاتين واقفين تغنيان وفي يدهما علبة حلوة الروضة.
22	01 ثا	قريبة	عادية	ثابتة	هادئة	شحال بنينة	لقطة توضح بنتين واقفين تغنيان.
23	01 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	أمم	لقطة توضح جلوس الجد وأحفاده الثلاثة بنتين وولد الذي فوق حجر جده يتناولون حلوة الروضة وأمامهم مائدة مملوءة بمجموعة من العلب حلوة الروضة بأشكال مختلفة.
24	07 ثا	متوسطة	عادية	ثابتة	هادئة	حلوة الروضة ذوقها مرة تطلبها كل مرة	لقطة توضح علب المنتج بأشكال وألوان مختلفة إضافة إلى ظهور شعار المنتج من فوق العلب باللون الأحمر وكلمة الروضة باللون الأصفر وكلمة حلوة باللون الأحمر في إطار أبيض وأرقام الهاتف وموقع الخاص بالمنتج.



القراءة التعينية:

تشير هذه الومضة ترويج لمنتج حلوة الروضة " حلوة الترك"، حيث بدأت الومضة بلقطة الجد وهو يدخل بطريقة خفية حامل في يده علبة حلوة الروضة، وفي لقطة أخرى يظهر من وراء الأريكة ليفاجئ أحفاده الثلاثة الجالسين على الأريكة، فتاتين وولد يرتديان اللباس تقليدي أصيل، وهو يغني ويؤشر إلى العلبة بإصبعه اليسرى وفي لقطة قريبة وزاوية تصوير عادية تظهر فيها فتاتين جالستين أمام طاولة دائرية الشكل وفيها علب من حلوة الروضة وهما تغنيان وبعدها مباشرة تأتي لقطة توضح نفس البنيتين بطريقة مختلفة عن السابق ويكمن هذا الاختلاف وضعيتهما وهي الوقوف وهما تغنيان وترقصان، ليظهر الجد من وراء الجدار وفي يده حلوة الروضة وهو يغني وملاح التردد تبدو على وجهه، وبعدها مباشرة تأتي لقطة الجد وهو واقف يغني ويحمل بيده علبة حلوة الروضة وخلفه أحفاده جالسين على الطاولة يتحدثون مع بعضهم البعض، ثم يعيد المخرج نفس المشهد السابق وهو الفتاتين واقفتين تغنيان، وبعدها مباشرة تظهر لقطة لهما وهما تغنيان بوضعية الجلوس لتنتظران لبعضهم البعض بتعجب يدهما على وجنتيهما، لتظهر لقطة أخرى ظهور الحفيد وهو يرقص في وسط غرفة الجلوس وملاح الفرح وسرور على وجهه وبعدها تأتي لقطة الجد وهو يرتدي لباس تقليدي أصيل في غرفة الجلوس وهو الآخر يرقص ويغني.

وبعدها تأتي لقطة توضح الجد وهو وراء الأريكة، لتذهب الكاميرا الى لقطه الجد وهو جالس مع إحدى حفيداته مرتدية لباس قبائلي يأتوا الحلوة " الروضة" حيث قام الجد بتقديم الملعقة الى فمها وهي قامت بفتح فمها لأجلها قام جد مباشرة بسحب الملعقة إلى فمه، بعدها ينتقل للمخرج إلى إعادة اللقطات السابقة وهي

ظهور الجد من وراء الأريكة وهو يغني وأحفاده يحدقون فيه، وأيضا مع حفيدته أمام الطاولة، وظهور الفتاتين وهما تغنيان واقفتين، وبعدها جالستين على نفس حركة الكاميرا وزاوية التصوير ونفس المشهد. بعدها تنتقل إلى لقطة توضح جلوس الجد مع أحفاده الثلاث على الأريكة في غرفة المعيشة، وحفيده فوق حجره، التي تحيط بها أثاث عصري أصيل في جو عائلي تحلوه السعادة، وهم يتناولون حلوة الروضة وأممامهم ما إذا تحتوي على علب حلوة الترك بأشكال مختلفة. لنصل إلى لقطة الأخيرة التي توضح المنتجات الخاصة ب حلوة الروضة، وظهور شعار ورمز المنتج من فوق العلبة بألوان الأحمر والأصفر والأبيض؛ لجذب انتباه المتلقي إضافة إلى رقم هاتف والمكان والموقع الخاص بالمنتج.



المستوى التضميني:

1- البعد الأخلاقي للشخصيات:

- استعمل المخرج شخصية الرجل والتي تمثلت في الممثل الجزائري "مدني مسلم"، فتوظيفه زاد من قيمة الإشهار والمنتج. وذلك باعتبار الشخصيات المعروفة والمشهورة أكثر جذبا وتأثيرا في المتلقي. فقد وظف مرتديا ملابس أصيلة وهو داخل المنزل بالتحديد في غرفة الضيوف رفقة الأولاد، وقد ظهر في هذا السياق بصفته جد في الفيلم الإشهاري، وبالتالي فقد تم إبرازه بشكل إيجابي ومنطقي وذلك من خلال طريقة كلامه مع أحفاده وهذا ما جسده الرسالة الألسنية التالية (نتوما عزاز عليا...) فهو يعتبر رمز الرعاية والعتاء والمسؤولية.

- كما وظف المخرج شخصية الأطفال في الإشهار، فالحضور الفيزيائي لهم واستعمال أصواتهم وتوظيف لغتهم أدى إلى إعطاء بعد عائلي للمنتج، كما نلاحظ ظهورهم داخل غرفة الاستقبال باللباس التقليدي الجزائري وهم يخاطبون جدهم باحترام، وهذا ما يمثل قيمة المودة والصدقة، وهي من المطالب الحياتية للإنسان وأحد المجالات التي تساهم في إشباع الجانب النفسي، فهي تعبر عن علاقة تبادلية تعتمد على الأخذ والعطاء بين أطرافها.

2- البعد الأخلاقي للباس:

يعتبر اللباس من الرموز والدلائل التي توحى إلى ثقافة ما، وهذا ما نلمسه في ملابس الأشخاص الممثلين في الفيلم الإشهاري، حيث كان الأطفال بلباس تقليدي جزائري يتماشى مع ثقافتنا، فتواجههم في غرفة الاستقبال بلباس التقليدي ومحتشم وهم يقومون بعرض المنتج دليل على تمسكهم بمبادئ وعادات المجتمع الجزائري بعيدا عن الثقافات الغربية، وهذا ما جعل الومضة الإشهارية تخاطب كل أفراد المجتمع صغارا وكبارا.

أما الجد فقد كان يرتدي لباس أصيل يتمثل في القميص الذي يدل على ثقافة المسلمين، أي العبادة والشاشية يلبسها شيخ وإمام المسجد وكل هذا يمثل هوية الفرد الجزائري المسلم.

3 الرسالة الألسنية:

نلاحظ من خلال الومضة الإشهارية حضور عن العبارات الشفوية والتي جاءت في قالب موسيقي تتضمن ألفاظ قريبة للأطفال فقد برز مدلول الرسالة الألسنية لقطات التي تمثلت في قول الجد (الروضة كامل ليا ما نقدرش يا أولادي خلوني نفكر شوية)، و التي تعبر عن حب دعابة الجد لأحفاده و المزاح معهم.

كما ظهرت الرسالة الشفوية المتمثلة في (نتوما عزاز عليا)، والتي تعبر عن مدى تعلق الجد بأحفاده فمن خلالها نلمس قيمة العطف والمتمثلة في رعاية الصغير واعطائه حقه من حب وحنان وهي قيمة حث عليها الدين الإسلامي.

وفي لقطة أخرى نجد الجد يقول (الروضة ليكم وليا)، والتي تدل على قيمة إسلامية عظيمة والتي تعرف بالعدل.

كما نلاحظ في لقطة أخرى بروز عبارة شفوية تمثلت في (الله يخليك يا جدو الروضة شحال بنينة)، التي تدل على العلاقة الوطيدة التي تنشأ بين الجد وأحفاده، كما أنها تعبر عن الطاعة والإحترام والتقدير.

بالإضافة إلى ظهور الرسالة المكتوبة في آخر الومضة الإشهارية والتي تمثلت في (حلاوة الروضة ذوقها مرة تطلبها كل مرة)، وقد كتبت باللون الأحمر من أجل استقطاب ولفت انتباه المتلقي وإثارة اهتمامه وذوقه نحو استهلاك منتج حلاوة الروضة.

4- الاخلاق المتضمنة في الومضة:

- بروز قيمة أخلاقية تتمثل في احترام الكبير وإعطاء مكانة للوالدين واعتبار القدوة الحسنة وأنه أساس العلاقات الاجتماعية، فقد جسد لنا المخرج هذه القيمة في عدة لقطات قريبة من خلال الرسالة الألسنية التالية: (الله يخليك يا جدو) وهذا دليل التوقير والاحترام.

- العطف على الصغير: من الخصال الحميدة التي أوصانا بها النبي صلى الله عليه وسلم والتي تعني حسن المعاملة والرفق في التعامل معه، فقد أكد النبي صلى الله عليه وسلم في أحاديث كثيرة على هذا الخلق العظيم وذلك بقوله: "أحب الصبيان وارحموهم" وبرزت هذه القيمة في لقطات عديدة التي تظهر الجد مخاطبا الأولاد وهو يقول (انتما عزاز عليا).

- العدل: من القيم الأخلاقية التي حث عليها الدين الإسلامي؛ وسعى الرسول صلى الله عليه وسلم لتطبيقها في المجتمع وقد برزت هذه القيمة في اللقطة الثامنة عشر عندما تقاسم الجد مع أحفاده الشامية.

5- نتائج الدراسة التحليلية:

انطلاقاً من تحليلنا للومضات الإشهارية المعروضة على القنوات التلفزيونية الجزائرية توصلنا إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

5-1- نتائج متعلقة بالشخصيات:

- تمثلت الشخصيات الممثلة في إشهار منتوج حليب ميلكوسبراي في شخصيات عادية شبابية، متمثلة في الأب والأم والأولاد، حيث برزت من خلال العلاقة التي تربط فيا بينهم في مجموعة من القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع الجزائري التي تمثلت في الترابط الأسري والعطف والطاعة... ، ومنه فالومضة جسدت ثقافة الأسرة التي تحافظ على الأسس الأخلاقية والأسرية للأسر الجزائرية.

- توصلنا بعد استقراءنا لومضة زريعة شيووا من خلال ظهور الأطفال؛ الذين يلعبون دور التلاميذ وهم يأكلون الزريعة داخل القسم خفية عن الممثل الذي قام بدور الأستاذ ، وكذلك الرقص من قبل الأستاذ أثناء الدرس، فهذا كله يقلل من قيمة المعلم وعدم قيامه بدوره كقدوة للأطفال، وكذلك سلوكيات التلاميذ داخل القسم التي تعد خطوة لدفع الأطفال للفعل غير الأخلاقي، كما تجعل الأطفال المشاهدين يكتسبون عادات سيئة مثل الغش، الكذب، إهمال الواجبات المدرسية...و كل هذا بمثابة تشويه لصورة الأستاذ والتلميذ والمدرسة.

- تعتبر فئة الأطفال الفئة أكثر ظهوراً في إشهار منتوج بيمو، أي أن المعلن اعتمد على الأطفال بكثرة في بث مثل هذا النوع من الرسائل أي تلك التي يكون مضمونها موجه للأطفال. كما ظهرت في الومضة شخصيات أخرى تمثلت في الجدة والشاب، وهذا التجسيد أظهر لنا كل مقومات الأسرة الجزائرية التي تحمل في طياتها قيم أخلاقية جسدتها كل من الجدة وحفيدها، وهي المودة والإحترام، كما عكست الومضة قيم إيجابية أخرى تمثلت في العطاء و الإنتماء و الإتحاد والتعاون بين الأطفال.

- لاحظنا أن الومضة الإشهارية لمنتوج حلاوة الروضة استطاعت الربط بين الشخصيات من خلال مجموعة من القيم المتمثلة في العلاقة الوطيدة بين الجد وأحفاده، بالإضافة إلى بروز قيمة العطاء والحب واستخدام معاني الدفء الأسري.

- نتائج متعلقة باللباس:

- توصلنا من خلال تحليلنا للومضة الإشهارية "حليب ميلكوسبراي" أن اللباس الذي ترتديه شخصية المرأة لا يتماشى مع ثقافتنا ولا يعبر عن هوية المرأة الجزائرية، وقد ظهرت بلباس غير محتشم ومثير جعلها سلعة معروضة مع منتج الومضة.

- من خلال تحليلنا للومضة الإشهارية "زريعة شيواوا" لاحظنا أن الشخصيات ظهرت بالزي المدرسي الرسمي، إلا أن هذا اللباس لا يعبر عن الصورة التي وظفت بها الشخصيات في الومضة من خلال السلوكات غير الأخلاقية التي قام بها الأستاذ والتلاميذ والتي لا تتسجم مع قوانين المدرسة.

- توصلنا من خلال ومضة "بيسكويت بيمو" أن اللباس الذي يرتديه الأطفال متناسق ومنسجم، كما اعتمدت الومضة على إظهار الجدة بلباس محتشم يحافظ على سترة المرأة لجميع جسدها، وخاصة في الثقافة الإسلامية والدين الإسلامي الذي يعتبر مصدر من مصادر هذه الثقافة، وكذلك إظهار المرأة التي شغلت دور الأم بصورة عصرية تحمل ثقافة الفرد الغربي، حيث أن لباسها فيه تجنيد لشخصية المرأة المتحررة والعصرية.

- تبين لنا من خلال تحليلنا للومضة الإشهارية الخاصة بمنتوج "حلاوة الروضة" أن اللباس الذي يرتديه الأطفال والجد لباس تقليدي جزائري أصيل يتماشى مع ثقافتنا كما أنه متناسق ومنسجم، مما جعل الومضة تخاطب كل أفراد المجتمع.

- نتائج متعلقة بالمكان:

- المكان الذي ظهرت فيه الشخصيات في كل من إشهار "حليب مسلكوسبراي"، " بيسكويت بيمو" و"حلاوة الروضة" كان منسجم مع فكرة الومضات، حيث أن جل المنتجات المعروضة تستخدم داخل المنزل وبالتحديد في المطبخ، إلا أن في الومضة الإشهارية الخاصة بزريعة شيواوا لاحظنا أن المخرج وظف التلاميذ والأستاذ داخل القسم باعتباره مكان للهو والأكل لا للدراسة.

- نتائج متعلقة بالرسالة الألسنية:

- تقديم الرسالة الألسنية للطفلة في ومضة "حليب ميلكوسبراي" باللهجة العامية وهي تخاطب والدها، ومنه فاستعمال المصمم لصوت الأطفال وألفاظهم يزيد من قوة وفعالية الرسالة الإشهارية، كما أن تجسيد الطفلة ووالدها يخلق تواصلًا عاطفيًا مع الآباء والأولاد من خلال إثارة مشاعر الأبوة وبالتالي التأثير فيهم وإقناعهم باقتناء المنتج.

- من خلال متابعتنا وتحليلنا لومضة زريعة "شيووا" لاحظنا أن الرسالة الألسنية المرافقة للومضة جاءت في قالب موسيقى صاخبة، والتي تعتبر بمثابة تشويش على التلاميذ داخل القسم الذي يعتبر مكان للتعليم لا للرقص والغناء ، بالإضافة إلى بعض العبارات الشفوية المتمثلة في قول التلميذة "شيووا" جعلت من الأطفال يقبلون على المنتج وتناوله داخل القسم.

- اعتمدت الومضة الإشهارية الخاصة "ببسكويت "بيمو" على العبارات الشفوية التي برزت من خلال الصوت الهادئ للمعلق، والتي تدل على جملة من الأخلاق الحسنة تمثلت في الإحسان، التعاون، الصبر...

- جاءت الرسالة الألسنية في إشهار "حلاوة الروضة" للجد وهو يخاطب الأولاد في قالب موسيقي إيقاعي باللهجة العامية، وقد عبرت هذه الرسالة عن مجموعة من القيم الأخلاقية، والتي تمثلت في الإحترام، العطف على الصغير...

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل المتمثل في الإطار التطبيقي، والذي قمنا فيه بتحليل بعض الومضات الإشهارية الموجهة للأطفال، نستنتج أن المؤسسات الإعلامية تستخدم الطفل بكثرة من أجل تسويق المنتجات، وفي نفس الوقت تقوم بترويج ثقافات وأنماط لا تتلائم مع طبيعة المجتمع الإسلامي، من خلال الشخصيات والتصرفات التي تقوم بها واللباس الذي ترتديه، وكل هذا يعتبر مرجعا سلوكيا للأطفال المشاهدين.

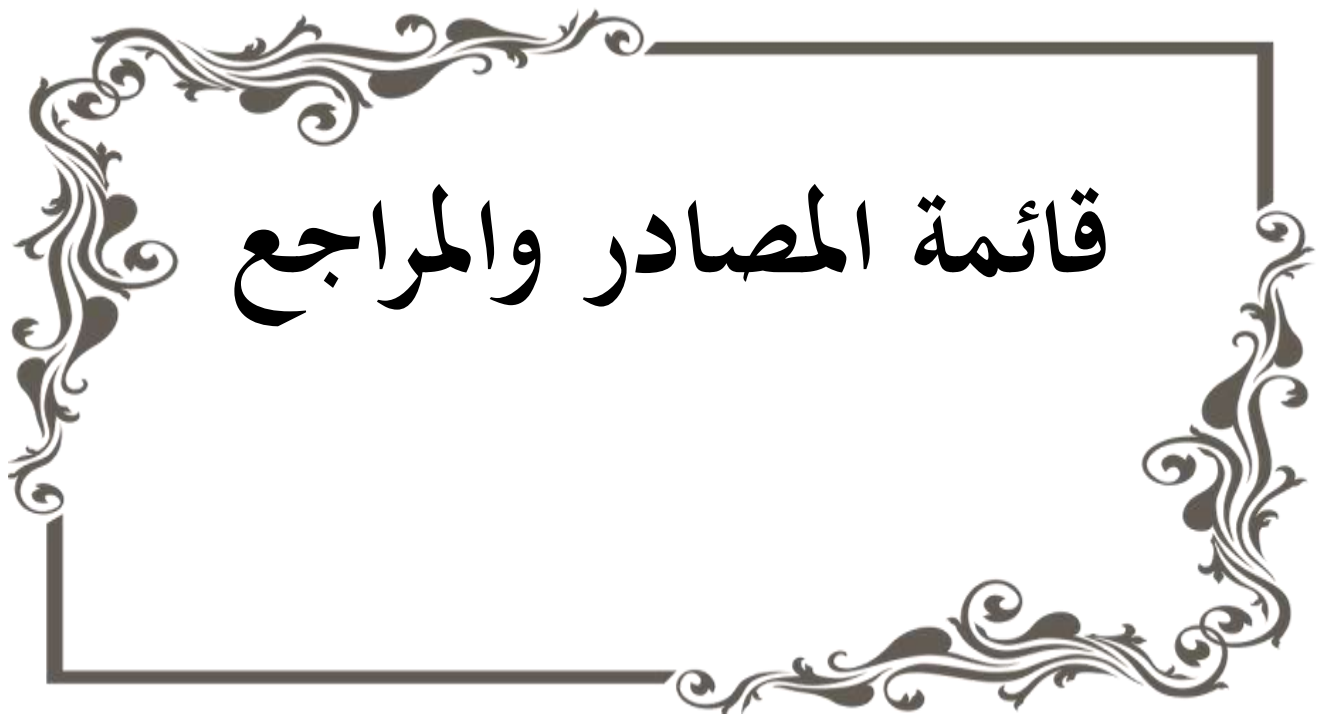
الخاتمة

إن الإشهار التلفزيوني من أكثر المواد تأثيرا على الجمهور المتلقي، وخاصة الطفل الذي يعتبر من أكثر الفئات الهشة والحساسة، فهو يستجيب لكل ما يعرضه التلفزيون من إشهارات سواء كان سلبيا أو إيجابيا لما تحتويه من عناصر الجذب المختلفة التي تشكل خطورة عليه، حيث أنها تنمي فيه أخلاق وسلوكات سيئة.

فمن خلال دراستنا وانطلاقا من التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية لعينة الدراسة، نجد أن توظيف الطفل في الإشهارات التلفزيونية يولد العديد من السلوكات غير الأخلاقية للأطفال المشاهدين، من خلال بعض التصرفات التي تعود عليهم بالسلب، واكتسابهم لبعض الأخلاق السيئة التي تؤثر على تربيتهم، حتى بإمكان أنها قد تضل مقترنة بهم منذ سنواته الأولى حتى نهاية العمر. ولكن ذلك لا ينفي وجود بعض القيم الإيجابية التي تعكس قيم المجتمع الجزائري وذلك من خلال المحافظة على العادات الأصيلة للمجتمع الإسلامي.

بعد النتائج المتحصل عليها من خلال التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية محل الدراسة سنقوم بإقتراح التوصيات التالية:

- إصدار قوانين تضبط نشاط المعلنين خاصة عند ترويجهم للمنتوجات الغذائية خاصة تلك التي تكون موجهة للأطفال.
- حرص الأولياء على منع أطفالهم من مشاهدة الإشهارات التلفزيونية في مراحل مبكرة من العمر.
- تنويع أماكن وطرق الترفيه والتسلية للأطفال كي لا يميلون إلى مشاهدة التلفاز بكثرة.
- تشجيعهم على الكتابة وقراءة الكتب والقصص.
- منع بث إشهارات تحمل في طياتها تقليد لمظاهر سلبية وسلوكات منحرفة تنافي قيم المجتمع الجزائري.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر

القرآن الكريم

المعاجم والقواميس

- 1_ إبراهيم رجب عبد الجواد: معجم المصطلحات الإسلامية في المصباح المنير، ط1، دار الآفاق العربية، القاهرة، 2002.
- 2- ابن فارس: معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، بيروت، 2007.
- 3_ ابن قتيبة: تفسير غريب القرآن، دار الكتب العلمية، بيروت، 1978.
- 4_ ابن منظور محمد بن مكرم: لسان العرب، ج10، أدب الحوزة، إيران، 1984.
- 5_ ابن منظور: محمد بن مكرم: لسان العرب، دار المعارف، 2016.
- 6_ ابن منظور محمد بن مكرم: لسان العرب، ط3، دار صادر، بيروت، 2016.
- 7_ الأباذي محمد بن يعقوب الفيروز: قاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2005.
- 8_ الحنفي عبد المنعم: المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، ط3، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000 .
- 9_ الرئيس إبراهيم بن حماد وآخرون: معجم مصطلحات العلوم الشرعية، ط2، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، الرياض، 2017.
- 10_ الزيات أحمد وآخرون: معجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004 .
- 11_ عبد الرزاق محمد بن محمد ، المرتضى الزبيدي، معجم تاج العروس، ط1، ج3، دار الفكر، بيروت، 2005.
- 12_ مجمع اللغة العربية: معجم الوجيز، القاهرة، 1998 .
- 13_ مسعود جبران: الرائد، معجم لغوي عصري، ط7، دار العلم للملايين، 1992.

قائمة المراجع

الكتب:

- 1- ابن أجيروم: الكرم والجود والسخاء، ط1، دار الصحابة، مصر، 1987.
- 2- أبو جادو صالح محمد علي: سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط1 دار المسيرة، عمان، 1998.
- 3- أنجرس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة، الجزائر، 2004.
- 4- التائب مسعود حسين: أساسيات الإعلان، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2017.

- 5- الحديدي منى: الإعلام، ط2 دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002.
- 6- الحطامي عبد الباسط محمد: مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، ط1، دار أسامة، عمان، 2015.
- 7- الخراز خالد بن جمعة بن عثمان: موسوعة الأخلاق، ط1، مكتبة أهل الأثر، الكويت، 2009.
- 8- الدليمي عبد الرزاق محمد: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة، عمان، 2011.
- 9- الرحيلي عبد الله بن ضيف الله: الأخلاق الفاضلة، قواعد ومنطلقات لإكتسابها، ط2، مكتبة الملك فهد، الرياض، 2008.
- 10- الزعبي علي فلاح: الاتصالات التسويقية، مدخل منهجي وتطبيقي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2010.
- 11- الزعبي علي فلاح: الإعلان الفعال، منظور تطبيقي متكامل، دار اليازوري، عمان، 2020.
- 12- الزعبي علي فلاح، عبد العزيز مصطفى: هندسة الإعلان الفعال، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، 2014.
- 13- الشرباصي أحمد: موسوعة أخلاق القرآن، ط1، ج1، دار الرائد العربي، بيروت، 1981.
- 14- الشمايلية ماهر عودة وآخرون: أخلاقيات المهنة الإعلامية، ط1، دار الأعصار العلمي، عمان، 2015.
- 15- الشميري فهد بن عبد الرحمان: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010.
- 16- الصيرفي محمد عبد الفتاح: الإعلان، مبدئه وأنواعه وطرق إعدادة، ط1، دار المناهج، عمان، 2013.
- 17- العزة سعيد حسني: الإرشاد الأسري، نظرياته وأساليبه العلاجية، دار الثقافة، عمان، 2015.
- 18- العقيل عبد الله بن عبد اللطيف: بر الوالدين، قيمة إسلامية عظيمة، ط3، مكتبة الملك فهد، الرياض، 2008.
- 19- الغزالي أبو حامد: إحياء علوم الدين، ج3، دار المعرفة، بيروت، [د.س].
- 20- القائمي علي، تربية الطفل دينيا وأخلاقيا، ط1، مكتبة فخرآوي، البحرين، 1995.
- 21- القحطاني سعيد بن علي بن وهف: الأخلاق في الإسلام في ضوء الكتاب والسنة، ط1، مكتبة الملك فهد، الرياض، 2015.

- 22- القحطاني سعيد بن علي بن وهف: صلة الأرحام في ضوء الكتاب والسنة، مطبعة السفير، الرياض، 2011.
- 23- المصري محمود أبو عمار: موسوعة من أخلاق القرآن، ط1، ج1، دار التقوى، الإسكندرية، 2007
- 24- المصري محمود أبو عمار: أخلاق الرسول للأطفال، ط1، مكتبة الصفاء، مصر، 2011.
- 25- المليجي يعقوب: الأخلاق في الإسلام، مع مقارنات بالديانات السماوية للأخلاق الوضعية، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1985.
- 26- النعيمي محمد عبد العلي ، وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، ط2 مؤسسة الوراق للنشر، عمان، 2007.
- 27- الهمشري عمر أحمد: التنشئة الاجتماعية للطفل، ط2، دار الصفاء، عمان، 2013.
- 28- باشوية لحسن عبد الله وآخرون: البحث العلمي، مفاهيم، أساليب، تطبيقات، ط1، دار الوراق، عمان، 2010.
- 29- بختي العربي: تربية الطفل من قبل الولادة إلى المراهقة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2018.
- 30- بدري محمد: الأخلاق بين الفلسفة وعلم اجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999.
- 31- بن كراد سعيد: الصورة الإشهارية وآليات الإقناع والدلالة، ط1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2009.
- 32- حجاب محمد منير: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر، القاهرة، 2000.
- 33- حمصي مروة مرتضى: استخدام الكوميديا في الإعلان التلفزيوني وتأثيرها على الطفل، ط1، المكتب العربي، للمعارف، القاهرة، 2014.
- 34- حمدي محمد الفاتح: منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط1، دار أسامة، عمان، 2017.
- 35- خليل محمد جميل: الإعلام والطفل، ط1، دار المعتز، عمان، 2013.
- 36- رشوان حسين عبد الحميد: الأخلاق، دراسة في علم الاجتماع الأخلاقي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008.
- 37- رشوان حسين عبد الحميد: علم الاجتماع الأخلاقي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2002.
- 38- زايد فهد خليل: أساسيات منهجية البحث العلمي، في العلوم الإنسانية، دار النفائس، عمان، 2007.

- 39- زغلول عبد الرحمان ، الأخلاق، مكتبة المعارف، مصر، 2000.
- 40- زلوف منيرة: مفاهيم الأساسية في الشخصية ودورها في حياة المراهق، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014.
- 41- زهران حامد عبد السلام: علم نفس نمو الطفولة والمراهقة، دار المعارف، 1986.
- 42- سالم عطية بن محمد: الرشوة، الجامعة الإسلامية، السعودية، 2006.
- 43- سليم مريم: علم نفس النمو، دار النهضة العربية، بيروت، 2002.
- 44- سفاري ميلود وآخرون: البحث في الإتصال، عناصر منهجية، ط2، مخبر علم إجتماع الإتصال، 2009.
- 45- سويلم رأفت فريد: تربية الطفل وحقوقه في الشريعة الإسلامية، ط1، دار اليسر، القاهرة، 2008.
- 46- شريف علي: الأخلاق للشباب والطلاب الناشئة، ط1، دار الأخير للثقافة والعلوم، العراق، 2006.
- 47- شنوان علي شيبية: الإعلان، المدخل بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016.
- 48- شعبان حنان: تلقي الإشهار التلفزيوني، كنوز الحكمة، الجزائر، 2011.
- 49- شكري فايزة أنور: القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 50- صلاح مروة عصام ، محمود عزت اللحام: إعلام الأطفال ما له وما عليه، ط1، دار الأعصار العلمي، عمان، 2015.
- 51- عبد الرحمن ياسر: موسوعة الأخلاق والزهد والرفائق، ط1، ج1، مؤسسة إقرأ، القاهرة، 2006.
- 52- عبد العزيز مصطفى محمد: سيكولوجية التعبير الفني عند الأطفال، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 2014.
- 53- عبد القادر محمد أحمد: من قضايا الأخلاق في الفكر الإسلامي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011.
- 54- عبد اللطيف عابد زهير: مبادئ الإعلان، دار اليازوري، ط1، عمان، 2011.
- 55- عبد النبي سليم: الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة، عمان، 2010.
- 56- عزام محفوظ علي: الأخلاق في الإسلام بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الهداية، مصر، 1986.
- 57- عزت عطوي جودت: أساليب البحث العلمي، مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، دار الثقافة، عمان، 2007.

- 58- عزت محمد فريد: الإتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2015.
- 59- عصام نور سرية: علم نفس النمو، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.
- 60- عمر بن بحر الجاحظ أبي عثمان: تهذيب الأخلاق، دار الصحابة للتراث، 1989.
- 61- عميرات أمال: الإتصال الاجتماعي وكتاب الطفل، دار البداية، عمان، 2015.
- 62- عناية غازي: البحث العلمي، منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية، دار المناهج، عمان، 2005.
- 63- قاسمي ناصر: مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2017.
- 64- قسوم عبد الرزاق: في الحياة الإسلامية، التواصل بين الأصالة والمعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.
- 65- محمد الحسن إحسان: علم الاجتماع الديني، دار وائل للنشر، بيروت، 2010.
- 66- محمود سليمان عبد الغني: القيم الأخلاقية في الغزوات الإسلامية وأثرها في الدعوة إلى الله تعالى، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2021.
- 67- ممدوح صادق رانيا: الإعلان التلفزيوني في التصميم والإخراج، ط1، دار أسامة، عمان، 2010.
- 68- يخلف فايزة: مبادئ في سيميولوجيا الإشهار، طاكسيج كوم للدراسات، الجزائر، 2010.

المجلات:

- 1- بولمدن جميلة: الدلالات الأيقونية والألسنية في الإشهار التلفزيوني الجزائري، مجلة المعيار، جامعة قالمة، العدد03، 2023.
- 2- رفعت سارة محمد: أهمية القيم الأخلاقية وأثرها في بناء الفرد والمجتمع، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات، جامعة الزقازيق، العدد09، 2019.
- 3- رقية أمال: خصوصية الهوية الثقافية في الإشهار التلفزيوني، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر03، العدد03، سبتمبر2019.
- 4- شخظور خالد بن جمعة وآخرون، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة المرقب ليبيا، العدد18، 2019.
- 5- عبد اللطيف ثامر وآخرون: سيكولوجية الإعلان وتأثيرها على سلوك الطفل كفئة مستهدفة، مجلة

- العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، العدد28، المجلد06، جويلية 2021.
- 6- عياصرة عطف منصور: القيم الأخلاقية في المنهج النبوي وسبل تعزيزها في المؤسسات التربوية، مجلة الدخيرة للبحوث والدراسات الإسلامية، جامعة غرداية، العدد01، 2018.
- 7- قبات أحمد: مدخل عام إلى الأخلاق الإسلامية، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زاخو، العدد31، 2022.
- 8- قدور إبراهيم وآخرون: الإشهارات التلفزيونية الموجهة للأطفال وأثرها على التنشئة الأسرية، أكاديمية الدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، العدد01، المجلد14، 2022.
- 9- لعرج سمير: الإعلام الجديد والأخلاق، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة جيجل، العدد02، 2021.

الدراسات الأكاديمية:

أطروحات الدكتوراه:

- 1- البكري طارق: مجلات الأطفال ودورها في بناء الشخصية الإسلامية، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الإمام الأوزاعي، 1999.
- 2- بن محمد سامية: تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم إجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2015.
- 3- بوعون أحمد: الإعلان الموجه للطفل في القنوات الفضائية العربية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2018.
- 4- سطوطاح سميرة: الإشهار والطفل، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في الإتصال والتنظيمات، جامعة عنابة، 2010.
- 5- شريفي دليلة: الطفل والإشهار في التلفزة الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015.
- 6- كورتيل فريد: دور الإتصال التسويقي في المؤسسة وأساليب تطويره، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وإدارة الأعمال، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.

7- محرز سعاد الدلالات السيميولوجية للإعلان بالقنوات التلفزيونية العربية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران، 2014.

رسائل الماجستير:

1- بوصابة عبد النور: الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية، رسالة ماجستير، كلية علوم السياسة والإعلام، جامعة الجزائر، 2009.

2- زعتر مريم: الإعلان في التلفزيون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008.

3- طرابلسي أمينة: إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2010.

4- فنور بسمة: الرسالة الإشهارية في ظل العولمة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2008.

مذكرات الماستر:

1- بوعبد الله دليلة، علاص حسناء: أثر الإشهار التلفزيوني على سلوك الطفل: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2019. نقلا عن: إيناس محمد غزال: الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2001.

2- بولمناخر فيروز، طريق آسيا: القيم الأخلاقية في الدراما الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2020. نقلا عن: أحمد محمد، القيم الأخلاقية لرعاية حقوق الإنسان في ضوء السيرة النبوية والمقاصد الشرعية، السودان، مؤتمر دولي للسيرة النبوية، جامعة إفريقيا العالمية، 2013.

3- لحرر وسام: علاقة القيم الأخلاقية بظاهرة الغش لدى الطالب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2017. نقلا عن: وليد رفيق العياصرة، التربية الإسلامية واستراتيجيات تدريسها وتطبيقاتها العلمية، دار المسيرة، عمان، 2010.

المواقع الإلكترونية:

1- <http://www.islamic-content.com>.

2- <http://www.arageek.com>.

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
55	البعد الأخلاقي للومضة الاشهارية الخاصة بـ "ميلكوسبراي"	-1
63	البعد الأخلاقي للومضة الاشهارية الخاصة بـ "شيواوا"	-2
72	البعد الأخلاقي للومضة الاشهارية الخاصة بـ "بيمو"	-3
81	البعد الأخلاقي للومضة الاشهارية الخاصة بـ "حلاوة الروضة"	-4