



LARBI TEBESSI –TEBESSAUNIVERSITY

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الاعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: إعلام واتصال

التخصص: سمعي بصري

مهامير الإعلال الصلجف التلجاري المسموع في اللجرائر دراسة وصفية تحليلية لهينة من إعلانات قناة الشروق

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماسلر " ل.م.د "

دافعة: 2019

إشراف الأستاذ :
د. عز الدين منصر

إعداد الطالبين :
- نبيلة قواسمية
- نجاة بولعراس

جامعة العربي التبسي - تبسة
Université Larbi Tebessi - Tébessa
لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. منى بن عون	أستاذ محاضر - ب -	رئيسا
د. عز الدين منصر	أستاذ محاضر - ب -	مشرفا ومقررا
د. معمر ريوح	أستاذ مساعد - أ -	ممتحنا

السنة الجامعية: 2019/2018م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى :

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا
الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

سورة المجادلة

شكر و عرفان

باسم الله الأعلى الذي لا يعلى على اسمه شيء

باسم الكبير الذي لا كبير سواه والحمد لله الذي جعل العلم نورا، وجعلنا نقتبس من نوره، وقدرنا على حمل مشعلة العلم لننير بها طريقنا، وصلى الله على من لا نبي بعده سيدنا وحبينا محمد عليه أفضل الصلاة وأحسن التسليم.

وإيماننا وعملا بقوله تعالى "ولئن شكرتم لأزيدنكم"

نتقدم بأسمى كلمات الشكر والامتنان للدكتور الفاضل "منصر عز الدين" على مجهوده الذي بذله في سبيل إخراج هذا العمل على ما هو عليه، ونشكره توجيهاته السديدة والقيمة التي أفادتنا كثيرا ورافقتنا طيلة فترة إعداد مذكرتنا ، فجزاه الله خيرا في الدنيا والآخرة.

وكذا نتوجه بالشكر والعرفان للجنة المناقشة لتحملها أعباء قراءة البحث وتصحيحه. كما نتقدم بالشكر إلى عميد الكلية ورئيس قسم العلوم والإعلام والاتصال الدكتور بدر الدين مسعودي الذي لم يبخل علينا بشيء فتحية له .

ولا ننسى أن نتوجه بفائق عبارات شكرنا واحترامنا لجميع أساتذتنا الكرام كل باسمه الذين رافقونا طوال مشوارنا الدراسي وأوصلونا إلى ما نحن عليه اليوم، إليهم منا فائق الاحترام والتقدير.

نبيلة... نجاة

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من قال فيهم المولى جل جلاله. "وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحساناً"

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها، صاحبة القلب الحنون الدافئ إليك "أمي الغالية"
إلى مثلي في الحياة ومن علمني أن الحياة عمل واجتهاد والنجاح إرادة وعزيمة نهر العطاء
الجاري "أبي الغالي"

إلى من سعادتني تكتمل بسعادتهم وتشرق أيامي بصخبهم "إخوتي وأخواتي"
إلى جميع أصدقائي وأحبتي الذين شاركوني مشوار حياتي وعشت معهم أجمل اللحظات وأروع
الأوقات.

إلى جميع دفعة الإعلام والاتصال 2019/2018

إلى كل من يذكرهم قلبي ولا يسعهم قلبي

إلى كل من ساهم في إنجاح عملي هذا

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي وعملي

- نبيلة
- نجاة

الفهارس

فهرس المحتويات

مقدمة..... أ - ب - ج - د

1. الفصل الأول: اشكالية الدراسة مداخلها النظرية و إجراءاتها المنهجية:

أولاً: إشكالية الدراسة

1. الاشكالية والتساؤلات..... 3-4
2. أهمية الدراسة..... 4
3. أسباب اختيار الموضوع 4-5
4. أهداف الدراسة..... 5
5. الدراسات السابقة..... 6-8
6. تحديد المفاهيم 9-19

ثانياً: المدخل النظري للدراسة

1. تعريف نظرية الاستخدامات و الإشباعات..... 19
2. الاصول التاريخية لنظرية الاستخدامات و الإشباعات..... 19-20
3. الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات 21-22

ثالثاً: الاجراءات المنهجية:

1. مجتمع البحث و عينة الدراسة 21-22
2. منهج الدراسة..... 22-23
3. أدوات جمع البيانات..... 23-24
4. فئات وحدات التحليل..... 24-30

✦ الفصل الثاني: السياق النظري للدراسة :

✦ 1 المضامين الاجتماعية:

- 1-1 تعريف الأسرة.....39
- 2-1 المفهوم اللغوي للأسرة في الإسلام.....39-40
- 3-1 المفهوم الاصطلاحي للأسرة.....40
- 4-1 مجموعة تعريفات للأسرة في كتاب علي بن عبده أبو حميدي.....40-41
- 5-1 أهمية الأسرة في الإسلام.....41
- 6-1 الشروط الواجب توفرها في الأسرة المسلمة.....41-42
- 7-1 أهداف الأسرة في الإسلام.....42
- 8-1 دور الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية.....42-43
- 9-1 أشكال الأسرة.....43-44
- 10-1 وظائف الأسرة.....44-45
- 11-1 مفهوم العائلة.....45
- 12-1 العلاقات الأسرية.....45-46
- 13-1 العلاقات الاجتماعية.....47-49

2-المضامين الثقافية:

- 1-2 تعريف الثقافة.....51-52
- 2-2 المقاربة السيسولوجيا لثقافة.....52

3-2	التأصل بين النمط و النظام.....	55-52
4-2	محددات الثقافة.....	64-55
5-2	القيم.....	66-64
6-2	أنواع القيم.....	67-66
7-2	العادات.....	68-67
8-2	الأعراف.....	69-68
9-2	التقاليد.....	72 -69

3-المضامين التربوية

1-3	تعريف التربية.....	74
2-3	دور الوالدين في تربية أولادهم	76-74
3-3	أهم وصايا الغزالي للأب في تربية طفله.....	77 -76
4-3	وظيفة التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية التقليدية.....	79-77
5-3	وظيفة التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية الحديثة.....	81-8
6-3	العوامل المؤثرة في التنشئة الاجتماعية في إطار الأسرة.....	82-81
7-3	خصائص الأسرة الجزائرية.....	85-82
8-3	ما يجب على الوالدين و المربين مراعاته في تنشئة أبنائهم.....	86-85

4 الفصل التطبيقي: عرض و تحليل البيانات

1.	عرض و تحليل البيانات من حيث المضمون.....	156-97
2.	عرض و تحليل البيانات من حيث الشكل (القراءة السيميائية)	
-	الاعلان الأول.....	110-108

120-119.....الاعلان الثاني -

128 -127.....الاعلان الثالث -

137-136.....الاعلان الرابع -

144-143.....الاعلان الخامس -

151-150.....الاعلان السادس -

158-156.....إسقاط النظرية على البيانات المحللة 3.

160-158.....النتائج العامة للدراسة 4.

161.....عرض النتائج في ضوء التساؤلات 5.

خاتمة هـ - و

170-164.....قائمة المصادر و المراجع

175-171.....الملاحق

.....الملخص

فهرس الجداول

رقم الصفحة	العناوين	رقم الجدول
99-98	تحليل إعلانه (شامية الروضة) خلفية اجتماعية	جدول رقم 1
111-110	تحليل إعلان (عجائه قاريدو) خلفية اجتماعية	جدول رقم 2
123-121	تحليل إعلانه (كسكس إكسترا) خلفية ثقافية	جدول رقم 3
133-130	تحليل إعلانه (كسكس كنزة) خلفية ثقافية	جدول رقم 4
139-137	تحليل إعلانه (كاشير بلاط) خلفية تربوية	جدول رقم 5
146-145	تحليل إعلانه (شكولا ليانيس leanis) خلفية تربوية	جدول رقم 6
151	يمثل فئة الموضوعات	جدول رقم 7
152	يمثل الفترة الزمنية المخصصة لكل إعلانه	جدول رقم 8
154	يمثل توزيع الاعلانات حسب الجمهور المستهدف	جدول رقم 9
155	يمثل توزيع الإعلانات حسب اللغة المستخدمة	جدول رقم 10

مقدمة

يعد الاعلام السمعي البصري أحد أهم المكونات التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي المعاصر و ذلك لما يلعبه من دور فعال في توعية الجمهور من خلال الأخبار و التثقيف و معالجة القضايا الاجتماعية و غيرها من الوظائف المسطرة لوسائل الإعلام، و نظرا لما يشهده الاقتصاد العالمي من تطور و تغير ديناميكي متسارع يتضح أكثر يوما بعد يوم، و في ظل تأثير تفكير و ثقافة الإنسان بهذه التغيرات تعددت الرغبات و تنوعت سبل و طرق تحقيقها و إشباعها ظهرت الحاجة إلى الإعلان كوسيلة مرئية و مسموعة تؤثر على الأحاسيس و الأفكار و تلفت الانتباه و تخلق الرغبة في الشراء، و من هنا نجد أن الاهتمام بمضمون الرسالة الإعلانية في وسائل الإعلام السمعي البصري يقود إلى الوقوف على مدى نجاح الرسالة المراد إيصالها إلى المتلقي، و مهما اختلف مسعى الإعلان فإن المجتمع يحدد موضوعه وفق حاجات أعضائه و نسق القيم السائد و الجماعات المرجعية التي يضمها و المحددات الثقافية التي يعتنقها و من هنا تبرز المسؤولية التي يتحملها الإعلان اجتماعيا و أخلاقيا، و هذا ما يستدعي البحث حول مضمون الإعلان الذي يعرضه التلفزيون الجزائري في القطاع الخاص، و نركز في هذه الدراسة على مختلف الأبعاد و المضامين الاجتماعية و الثقافية و التربوية كونها الأكثر استهدافا في عملية الإعلان انطلاقا من التساؤل التالي: ما طبيعة المضامين الإعلانية التجارية المسموعة في الجزائر؟ و من هذا المنطلق توصلنا إلى طرح ثلاث تساؤلات فرعية تدور حول المضامين: "الاجتماعية، الثقافية، التربوية".

و قد تم إجراء هذه الدراسة في ثلاثة فصول نوجزها كالتالي:

♦ الفصل الأول: جرى فيه عرض مشكلة الدراسة و أهميتها أسباب اختيارها و الأهداف المرجوة من

البحث فيها، بالإضافة إلى عرض دراسات مشابهة لها و تقييمها، إضافة إلى ضبط مفاهيم الدراسة هذا

في شقيه الأول، أما الشق الثاني الذي تم فيه عرض المدخل النظري لموضوع الدراسة المتمثل في نظرية الاستخدامات و الاشباعات من خلال إبراز أصولها التاريخية أهم فروضها و الانتقادات الموجهة لها.

♦ يليه الشق الثالث الذي جاء فيه إجراءات منهجية بداء بمفردات البحث و عينية الدراسة المنهج المتبع و المتمثل في المهج التحليلي الوصفي أما أدوات جمع البيانات كانت أهمها أداة تحليل المحتوى وصولاً لفئات و أدوات التحليل

♦ **الفصل الثاني:** خصص هذا الفصل في شقه الاول للإحاطة بمختلف الأبعاد المتعلقة بالمضامين الاجتماعية من خلال التعرض لمفهوم الأسرة في الإسلام، الشروط الواجب توفرها في الأسرة المسلمة، أهدافها، دورها، ثم انتقلنا للحديث عن أشكال الأسرة ووظائفها كما وضحنا مفهوم العائلة، و العلاقات الأسرية و الاجتماعية

♦ اما في شقه الثاني تناولنا فيه الأبعاد الثقافية للمضامين الإعلانية من خلال الحديث عن مفهوم الثقافة، المقاربة السوسولوجية لها، التأصل بين النمط و النظام، محددات الثقافة، كما قمنا بعرض مفصل عن القيم، العادات، الأعراف و التقاليد.

♦ يليه الشق الثالث حيث تم فيه التعرض إلى أبعاد المضامين التربوية حيث احتوى على مفهوم التربية، دور الوالدين في تربية أولادهم، وظيفة التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية التقليدية و الحديثة، كما تم التطرق لأهم العوامل المؤثرة في التنشئة الاجتماعية في إطار الأسرة.

♦ **الفصل الثالث:** خصص لمعالجة و قراءة البيانات الميدانية المتعلقة بتحليل عينة من إعلانات قناة الشروق الفضائية، من حيث المحتوى و الشكل، إضافة إلى اسقاط النظرية على الدراسة، وتم في نهاية هذا الفصل عرض أهم النتائج المتوصل إليها على محورين أساسيين:

✓ **الأول:** النتائج العامة للدراسة، تم فيه عرض نتائج كل فصل من فصول البحث.

✓ **الثاني:** نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات، و جاءت هذه النتائج كإجابة عن التساؤلات الفرعية للدراسة

و قد اعتمدنا في هذه الدراسة على عدة مراجع و دراسات ذات قيمة علمية أهمها:

- قواعد المنهج في علم الاجتماع ل: إيميل دور كايم ترجمة ل: محمود قاسم.
- المجتمع: الدين، و التقاليد، بحث في إشكالية العلاقات بين الثقافة و الدين و السياسة ل: عطية عاطف.

كما و ضفنا بعض المراجع الأجنبية لإثراء بحثنا من أبرزها:

Nafissa Zerdoumi , *Enfant d'hia, l'éducation de l'enfant en milieu
traditionnel Algérien.*

و أنهينا دراستنا بخاتمة و بعض الملاحق لتدعيم هذه الدراسة.

الفصل الأول

إشكالية الدراسة مدخلها النظرية

و إجراءاتها المنهجية

✦ الفصل الأول:

1. إشكالية الدراسة و مداخلها النظرية و إجراءاتها المنهجية.

أولاً: إشكالية الدراسة:

1. الاشكالية و التساؤلات

2. أهمية الدراسة

3. أسباب اختيار الموضوع

4. أهداف الدراسة

5. الدراسات السابقة

6. تحديد المفاهيم

ثانياً: المداخل النظرية:

1. تعريف نظرية الاستخدامات و الإشباعات

2. الاصول التاريخية لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

3. العوامل المؤثرة في نظرية الاستخدامات و الإشباعات

ثالثاً: الإجراءات المنهجية:

1. مجتمع البحث و عينة الدراسة

2. منهج الدراسة

3. أدوات جمع البيانات

4. فئات و وحدات التحليل

1. إشكالية الدراسة:

أدى الانتقال الاقتصادي في المجتمع الجزائري منذ التسعينات إلى ظهور آليات اقتصادية جديدة تهدف إلى الربح من خلال السوق و الترويج الإعلاني التجاري، و في هذا السياق تناولت الكثير من الدراسات (دراسة نور الدين هميسي بعنوان: انماط الاعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة -دراسة وصفية تحليلية لصحيفة الخبر- و دراسة مريم زعتر بعنوان: الاعلان في التلفزيون الجزائري -تحليل مضمون اعلانات القناة الوطنية -) هذا الموضوع أو الحقل الدراسي بإسهام و تفصيل و هذا ما يبدو من خلال الكثير من الرسائل الجامعية التي اتخذت من علاقة الترويج الإعلاني المسموع و علاقته بالسوق موضوعا لها، غير أن هذه الدراسات قد أغفلت جانبا مهم جدا من العملية الإعلانية و هو مجموعة المضامين الإعلانية التي تشكل عملية الترويج للإعلانات التجارية باختلاف أشكالها و مواضيعها تستهدف جمهور معين لتجنيده لعملية البيع و الشراء و خلق ما يسمى اقتصاديا بالزبون، وفي هذا السياق تنتج هذه المؤسسات الإعلانية مجموعة إعلانات لها مضامين معينة و محددة مسبقا تتراوح بين الأبعاد الثقافية و الاجتماعية و التربوية و هي مضامين فاعلة و مؤثرة على المستهلكين و المتعاطين لها، و بالتالي فالإعلان التجاري لا يخلو من مضمون معين يسعى إلى نقله أثناء عملية الترويج الإشهاري.

نتناول في هذه الدراسة محاولة الكشف عن بعض هذه الأبعاد الثقافية و التربوية و الاجتماعية المتضمنة في الإعلان التجاري لمجموعة إعلانات بعض القنوات الجزائرية و بالتحديد قناة الشروق.

و في هذا السياق نتساءل فنقول:

ما طبيعة المضامين الإعلانية التجارية المسموعة في الجزائر؟

ولتسهيل بحث هذه الإشكالية قمنا بمفصلتها إلى التساؤلات الفرعية التالية:

✓ ما طبيعة المضمون الاجتماعي الذي يوظفه الإعلان؟

✓ ما طبيعة المضمون الثقافي الذي يوظفه الإعلان؟

✓ ما طبيعة المضمون التربوي الذي يوظفه الإعلان؟

2. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا المتمثلة في مضامين الإعلانات في إضافة الجديد للبحث العلمي و إثرائه و ذلك لأننا درسنا عنصرا فعالا يتمثل في الإعلان التجاري فهو يعتبر سلاح كل مؤسسة إعلامية جزائرية خاصة في ظل المنافسة بين المؤسسات الإعلامية، و محرك خفي للاقتصاد الجزائري حيث وصفه أحد رؤساء الولايات المتحدة الأمريكية بقوله: « إن حضارتنا الصناعية تدين بشكل كبير للإعلان لقد ساهم في رفاهيتنا و نمو صناعتنا»، وذلك لقدرته على التأثير في الجمهور من خلال مضامينه المتعددة و المرتبطة بثقافة المجتمع و الجانب التربوي و دراسة و تحليل مضامينه فيأثر في سيرورة البحث العلمي و يضيف الجديد عليه فيأثر بذلك على السلوك الشرائي للمستهلك و عاداته و اتجاهاته لذلك فاستخدامه مهم في المؤسسات الإعلانية و تحليل مضامينه أمر ضروري بالنسبة إلينا قصد الخروج بنتائج و طرق حديثة في تصميم الإعلانات التجارية و من ثم الوصول إلى نتيجة مهمة و هي تحقيق استقطاب أكثر للجماهير.

3. أسباب اختيار الموضوع:

أ/ أسباب ذاتية: وقوع الموضوع محل الدراسة في مجال اهتمام الدارس و تخصصه حيث يعتبر الإعلان تقنية مهمة بالنسبة لأداء جهاز السمع البصري في تحقيق الأهداف لذلك فإن الدارس لهذا الموضوع يسعى من خلاله إلى تنمية المعارف النظرية و المنهجية و الميدانية المتعلقة بالموضوع و التخصص.

ب/ أسباب موضوعية: إن الاعلان ظاهرة متجددة في المجتمع الجزائري تشمل كلا من الممارسة و البحث العلمي.

- التطور الهائل في الإعلانات من حيث الشكل و المضمون.
- الإقبال الكبير على الإعلانات التي تعد وسيلة تجارية توجه لإقناع الجمهور و التأثير فيه.
- الانتشار الواسع للإعلان في الحياة الاجتماعية على اختلاف أساليبه و طبيعته و مضامينه.
- الاطلاع على أهم المضامين المختلفة، للإعلانات التجارية بشكل خاص.
- محاولة التعرف على المضامين التي يكون لها اهتمام كبير من قبل المجتمع.

4. أهداف الدراسة: أسعى من خلال دراسة إشكالية « مضامين الإعلان الصحفي التجاري

المسموع في الجزائر»، إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على الطرق الحديثة التي تستخدمها المؤسسات العمومية و الخاصة في إعلاناتهم التجارية، و دور هذا الأخير في خدمة أهدافها التسويقية و الاتصالية و هذا ما يدفعنا إلى البحث في مضامين الإعلان التي تستخدمها المؤسسة الجزائرية و كذلك البحث في خصائص كل مضمون و مدى هيمنة مضمون على آخر.
- التعمق في مجال الإعلان بصفة عامة، و الإعلان التجاري بصفة خاصة و التعرف على أنماطه و دوره بالنسبة للمعلن و المؤسسة الإعلانية خاصة و أنه يعتبر نشاط اتصالي مدفوع الأجر مرتين.
- معرفة أبرز المضامين الاجتماعية و الثقافية و التربوية، للإعلانات التجارية المسموعة في قناة الشروق
- التعرف على الجانب المهم الذي تعكسه المضامين الاجتماعية و الثقافية و التربوية.
- التدريب على المنهجية الصحيحة لتحليل المضمون، باعتباره أداة حديثة من أدوات جمع و تحليل البيانات.

5. تحديد الدراسات السابقة:

✓ دراسة هميسي نور الدين: أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة- دراسة وصفية تحليلية لصحيفة الخبر-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، وسائل الإعلام و المجتمع جامعة منتوري، قسنطينة، 2005/ 2006 م.

تدور مشكلة هذه الدراسة حول أنماط الإعلان في الصحافة المكتوبة الجزائرية، حيث هدف من خلالها الباحث إلى التعرف على نمط و طبيعة الإعلان المهيمن على الصحافة المكتوبة الجزائرية و ذلك من خلال جريدة الخبر وانطلق بذلك من الفرضيتين التاليتين:

✓ يطغى على الصحافة الجزائرية نمط الإعلان الإداري.

✓ يفقد الإعلان في الصحافة الجزائرية إلى الجاذبية .

صنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية حيث استهدفت وصف و تحليل المواد الإعلانية الواردة في صحيفة الخبر واعتمد فيها هميسي نور الدين على عينة دائرية تتكون من 12 عددا سنة 2005 مستخدما بذلك للمنهج الوصفي و أداة تحليل المضمون.

وخرج بالنتائج التالية:

- سيادة نمط الإعلان التجاري على غالبية الإعلانات في حين تراجع الإعلان الإداري.
- صعود جمهور المستهلكين بوصفه فاعلا أساسيا، ضمن النشاط الاقتصادي حيث يمثل هذا الجمهور الهدف الرئيسي لمجمل الإعلانات المنشورة في الصحافة المكتوبة.

- استفادة الإعلان من الكثير من التطورات و القواعد المتعلقة ببناء الرسالة الإعلانية بشكل جذاب(1)

♦ **دراسة مريم زعتر:** الإعلان في التلفزيون الجزائري -تحليل مضمون إعلانات القناة الوطنية-، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، اتصال و علاقات عامة، جامعة منتوري، قسنطينة ، 2007 /2008 م.

تدور مشكلة دراسة مريم زعتر حول الإعلان في التلفزيون الجزائري و بالتحديد إعلانات القناة الوطنية حيث هدفت الباحثة إلى تحليل الرسالة الإعلانية تحليلا علميا اضافة الى وصف الظاهرة الاعلانية من حيث مدى ظهورها و تطورها في التلفزيون فانطلقت بذلك من التساؤل الرئيسي التالي:

♦ ما هو مضمون الإعلان الذي يعرضه التلفزيون الجزائري؟

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، ذلك أنها نتيجة لوصف المادة الإعلانية السمعية البصرية التي تبث في التلفزيون الجزائري، استخدمت فيها الباحثة المنهج الوصفي و أداة تحليل المضمون كأداة لتحليل مضامين اعلانات القناة الوطنية و بالنسبة للعينة فقد اعتمدت الباحثة على عينة دائرية تتكون من 12 عددا سنة 2007(2).

و خرجت بالنتائج التالية:

- أن الإعلان الذي يعرض في التلفزيون الجزائري يعد أكثر كثافة مقارنة بالسنوات الماضية الا ان نسبة حضور الإعلانات تختلف بين أيام الأسبوع.
- رغم أن استخدام اللغة العربية كانت بشكل واضح في الإعلان التلفزيوني إلا أننا سجلنا مرونة في استخدام اللغة باعتبارها العامل الرمزي لمخاطبة الجمهور.

- إن الإعلان الجزائري الذي يبيث عبر التلفزيون يستهدف بالأساس عامة المستهلكين من نساء و رجال و شباب مجتمعين في الهدف(3).

♦ **دراسة إيرادتشة سعيدة:** الاستمالات الاقناعية في الإعلان المتلفز -دراسة تحليلية في مضمون إعلانات قناة mbc-، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، علاقات عامة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008 / 2009 م.

تدور مشكلة هذه الدراسة حول الاستمالات الاقناعية في الإعلان المتلفز و هذا ما ترجمه التساؤل الرئيسي الذي طرحته الباحثة بالشكل التالي: ماهي الاستمالات الاقناعية التي تستعمل في الاعلان المتلفز عبر الفضائية mbc.

تصنف دراسة سعيدة ايرادتشة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، اعتمدت فيها الباحثة على تحليل المضمون كمنهج و كأداة، و على عينة دائرية مكونة من 12 عددا، وكان هدف الباحثة الأساسي هو التعرف على الاستمالات الاقناعية و أكثرها استخداما واقناعا لمشاهدي قناة mbc حيث توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج منها:

- تركيز الاستمالات الاقناعية على استمالات السمات و تعدد خصائص المنتج.
- تنوع الاستمالات الاقناعية المقدمة في الاعلان المتلفز بين الاستمالات العقلية و العاطفية.
- استهداف الإعلان المتلفز عبر شاشة mbc بالأساس النساء مما يعكس الدور الاقناعي الذي تلعبه المرأة كعامل مؤثرا في قرار الشراء(4).

6. ضبط المفاهيم:

1) مفهوم الإعلان: يعد الوصول إلى تعريف مقبول و متعارف عليه للإعلان كمنشأ أمر ضروري

لسببين أساسيين هما:

1/ يمكن التعريف المحدد للإعلان من تحديد ماهية النشاط و عناصره حتى يمكن لأي دارس أو ممارس له أن يقوم بوضع الأهداف و الخطط و البرامج التي يسير وفقا لها هذا النشاط.

2/ يمكن الحد من الخلط بينه و بين المفاهيم و الأنشطة الاتصالية الأخرى مما يؤدي إلى الاستخدام الفعال و المناسب لكل نشاط.

- من خلال النظر لبعض الكتابات في هذا الميدان نجد تعاريف مختلفة و متقاربة للإعلان اتفقت معظمها في المضمون، و المحتوى.

✦ حيث تعرفه جمعية التسويق الأمريكية: بأنه عبارة عن «الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار و الترويج عن السلع و الخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع»

✦ يقدم كوتلر kotler تعريفاً مشابهاً للإعلان و هو «شكل من (5)، من الأشكال غير الشخصية للاتصالات يجر عبر طريق وسيلة متخصصة مدفوعة الأجر بواسطة جهة معلومة.

✦ أما ستانتون: يعرف الإعلان بأنه «كافة الأنشطة التي تقدم كمجموعة بطريقة غير شخصية - مرئية أو شفوية- عن طريق رسالة معلومات المعلق تتعلق بسلعة أو بخدمة أفكار معينة».

-باستعراض التعاريف السالفة الذكر يمكن استغلال عدة عناصر أساسية يعتبر توافرها في الإعلان معياراً أساسياً للتفرقة بين الإعلان و الوسائل الأخرى للاتصال و التي يمكن حصرها فيما يلي:

1/ إن الإعلان نشاط شخصي بمعنى أنه لا يوجد هناك اتصال مباشر بين المعلن و المعلن إليه، فالرسالة و ما تحتويه من معلومات تنتقل بصورة غير مباشرة من خلال وسيلة معينة وهي ما يفرق بين الإعلان و البيع الشخصي، حيث يقوم هذا الأخير على الاتصال المباشر بين البائع و المشتري.

2/ يعتبر الإعلان مزدوج الاتصال و معنى هذا أن المتصل لا يقصد بالإعلان توصيل المعلومات الخاصة بمبيعاته أو أفكاره فقط إلى(6)، المجموعات المستقبلية و إنما يجب أن تتأكد من أن هذه المعلومات قد وصلت بالطريقة و الكيفية المستهدفة و يتم ذلك عن طريق معرفة ردود فعل المستهدفين، أو الأطراف محل الاتصال عن الرسالة الإعلانية بما يحقق الفائدة المرجوة من العملية الاتصالية.

3/ أن الأهداف من الإعلان متعددة الأغراض كما يلي:

- توفير المعلومات و التأثير بطريقة غير مباشرة.
- إقناع و إغراء المستهلك على اقتناء السلعة و تفضيلها على سلع أخرى.
- يتضمن الإعلان يتضمن الاعلان فكرة الترويج عن المنظمة ذاتها دون منتجاتها .
- ان الاعلان هو جهد مدفوع القيمة أي أن المعلن يقوم بدفع تكاليف الإعلان إلى الجهة التي تتولى توصيل المعلومات إلى قطاع المستهدف و هو ما يميز الإعلان عن غيره من الأنشطة الأخرى مثل: النشر.

-و يفيد عرض العناصر الأساسية للإعلان في التفرقة بينه و بين العديد من الأشكال الاتصالية الأخرى مما يؤدي إلى الحد من الخلط(7)، بين المفاهيم المختلفة و يمكن ذلك من إمكانية التخطيط السليم للأشكال المختلفة للاتصال و المتمثلة في «العلاقات العامة - النشر - الإعلام - تنشيط المبيعات».

➤ **نشأة و تطور الإعلان الصحفي:** باعتبار الصحافة واحدة من أقدم وسائل الاتصال الجماهيرية فقد سبقت السينما و الراديو و التلفزيون بزمن فقد وجد الإعلان بوجود الصحافة حيث لبت الصحافة للإعلان ما يبحث عنه من سعة الانتشار و الوصول إلى الجمهور المستهدف و على الرغم من ظهور السينما و الراديو و بعد ذلك التلفزيون كوسائل اتصال جماهيرية لها مميزات التكنولوجيا و لكن رغم هذا التطور الهائل إلا أن الصحافة ظلت تحافظ على دورها الإعلاني و تجذب إليها عددا من المعلنين بالرغم من المنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى(8).

➤ فقد كانت البدايات الأولى للإعلان الصحفي في إنجلترا حيث نشر أول إعلان في صحيفة يومية عام 1630 وكان عبارة عن تقديم مكافأة مالية لمن يساعد في العثور على بعض الخيول المسروقة.

➤ أما في فرنسا نشرت جريدة la gazette de France الإعلانات عام 1931(9) و قد عرفت أمريكا الإعلان الصحفي في بداية القرن الثامن عشر حيث ظهرت الإعلانات في العدد الثاني من صحيفة « ذي. بوستن لتر» سنة 1704 تحت لافتة صريحة مباشرة تحمل كلمة "إعلان"(10).

➤ أما في مصر بدأت معرفة مصر و المصريين للإعلانات المطبوعة مع ظهور صحف الحملة الفرنسية في مصر من خلال صحيفة، لكورية دوليجبت سنة 1798 حيث نشرت بعض الإعلانات الرسمية و الأهلية و التي دارت حول بيع الأراضي و العقارات و السلع (11).

➤ أنواع الإعلانات الصحفية:

- تنقسم الإعلانات الصحفية إلى:

1/ **إعلانات الأبواب الثابتة:** و هي الإعلانات التي تنشر في الجريدة يوميا و يقرأها الناس كلما قاموا بشراء الصحف و من أنواعها:

أ/ الإعلانات المبوبة: و تضم الإعلانات ذات الصفة التجارية مثل: المناقصات، المزيادات، الممارسات، مسابقات، سيارات، دراسات... الخ.

ب/ إعلانات الأدلة: و هي نوع من الإعلانات الخاصة و يطالعها القارئ بصفة دورية و منظمة مثل: « دليل السهرات » الذي تنشر فيه أسماء أفلام دور السينما و المسرحيات و المطاعم و الفنادق و دليل « مركز الخدمة و الصيانة» و دليل «إخترنالك» من الكتب الجديدة ... و غيرها و يلاحظ أن بعض هذه الإعلانات أقرب إلى إعلانات المساحات رغم صغر حجمها، إذ تستخدم (12) فيها الرسوم و الخطوط و الكليشيات فضلا عن أنها ليست إعلانات «طارئة» بل هي ثابتة يتم التعاقد بشأنها مع المعلن عن نشره ذات صيغة واحدة و تستمر لمدة زمنية معينة « شهر، ثلاثة شهور، ستة شهور، سنة».

ج/ إعلانات المجتمع: و هي تتضمن الإعلانات السارة عن المجتمع مثل: إعلانات الزواج و الخطوبة و السفر و المواليدي... و غيرها(13).

د/ إعلانات الوفيات: و من أهم خصائصها سرعة النشر حتى تتزامن مع مراسم تشييع الجنازة مهما كان مصدر الإعلان بعيدا و يتم إملاء هذه الإعلانات بالتلفزيون من مكاتب الجريدة، و هي تنشر إعلانات عن اجتماعات حزينة عن الوفيات أو التعازي في بعض الأفراد (14).

2/ الإعلانات التحريرية: - « Editorial avertissements » و هي الإعلانات التي تتخذ شكل مقالات تحريرية و التي لا يدرك القارئ في بداية الأمر أنها إعلانات بل تختلط مع المادة التحريرية التي تقدمها للقراء حيث تأخذ هذه المقالات شكل تحقيقات صحفية عن الشركة و منتجاتها و ميزانيتها و يقوم

المعلن من خلال ذلك بالإشارة إلى منتجاتها ضمن المادة التحريرية كلما أمكن و يدخل هذا في مفهوم الدعاية.

3/ إعلانات المساحة « display avertissements »: و هي الإعلانات التي تنشر على هيئة تصميمات محددة الشكل و يتم تحديد حجم الإعلان فيها عن طريق السنتيمتر العمود و نجد أن هذه الإعلانات توضع بجانب المواد التحريرية حيث أن القارئ يتعرض لها عند قراءته الموضوعات المختلفة و تشمل ما ينشره المعلنون لأغراض تجارية أو لتدعيم العلاقات مع فئات معينة من المجتمع.

4/ الإعلانات المجمعة: و هو ذلك النوع من الإعلان الذي ينشر تنفيذا للخطة الإعلانية لدى المعلن و إنما تخلق إدارة الإعلان في الصحيفة مناسبه أو فكرته خلقا بوضع فكرته عن طريق البحث عن موضوعات معينة توضع معها إعلانات مرتبطة بهذه الموضوعات و تقوم إدارة الإعلان بتسويق الإعلانات إلى الشركات المختلفة للإعلان فيها(15).

- و هناك عدة أشكال من هذا النوع من الإعلانات منها (16):

أ/ الصحافة الخاصة: بمعنى تخصيص صفحات للإعلانات عن المعارض أو الأحداث الرياضية أو المناسبات الدينية و قد أصبحت إحدى السمات العادية و التي تتكرر في الصحافة.

ب/ الملاحق: تجميع عدد كبير من الشركات المعنية و المرتبطة مجال عملها مع موضوع الصفحة.

ج/ الأعداد الخاصة: تختص بموضوع معين و لكن يأخذ عدد كبير من الصفحات قد يزيد عن صفحات الجريدة التي يحمل اسمها و تطبع منفصلة عن الصحيفة.

د/ الحملات المشتركة: و فيها يشترك عدد كبير من المعلنين حول فكرة معينة تحقق هدفا معينا تشترك فيه كل السلع المعلن عنها أو الشركات التي تنتج هذه السلع.

- خصائص الإعلان الصحفي:

- 1- الإعلان أقل تكلفة من الصحيفة مقارنة بالوسائل الأخرى فهو ينظر إلى الصحف اليومية على أنها من حيث التكلفة تعد ذات جدوى إذا ما قورنت بتكلفة الإعلان المنشور بها مع سعة انتشارها و توزيعها.
- 2- تتسم بأنها تولى أهمية كبيرة للوقت خاصة فيما يتعلق بالإعلانات التي ترتبط بالحوادث اليومية.
- 3- الإعلانات الصحفية تتيح للقارئ إمكانية الاحتفاظ به و بما فيه من بيانات للرجوع إليها.
- 4- يخاطب الإعلان الصحفي جمهورا مثقفا من خلال طبعة جمهور الصحف (17).

✦ تصميم و إخراج الإعلان الصحفي:

يعني التصميم عملية ترتيب عناصر الإعلان بالإضافة إلى الجهود الكامنة وراء هذا الترتيب و التي تؤدي إلى إنتاج الوحدة أو الهيكل المرغوب عن الإعلان أما الجانب التطبيقي للتصميم فيعني تنظيم و ترتيب و عرض عناصر الإعلان بشكل ابتكار لتحقيق عرض محدد.

1/ من الناحية الفنية: إن عملية تصميم الإعلان من الناحية الفنية تساهم إلى حد كبير في نجاح الإعلان و في تحقيق الأهداف الإعلانية و تحتاج في هذه العملية إلى المعرفة بمبادئ و نظريات علم النفس و العلوم السلوكية و الاتصالات حتى يمكن من خلال تصميم و التأثير على نفسية المستهلك للأحداث الأثر المطلوب.

2/ عناصر الإعلان الصحفي: يتكون من مجموعة من العناصر لكل منها وظيفة معينة تعمل بشكل

متناسق و متكامل مع العناصر الأخرى و تتمثل فيما يلي (18):

1/ **العنوان الرئيسي:** يعتبر عنصرا هاما من عناصر الإعلان إذ يعمل على قيادة نظر المعلم إليه.

✓ **وظائف العنوان الرئيسي:**

أ- جذب انتباه المعلم إليه و إثارة اهتمامه و تحفيزه على تكلمة الإعلان.

ب- التركيز على أهم الأفكار الواردة بالإعلان من طرف المعلم إليه.

ج- إعطاء فكرة سريعة عن محتويات الإعلان.

✓ **أنواع العناوين الرئيسية:**

- **العنوان المبهم:** مثال: استخدام في كلمة " انتبه، قف" وهي غالبا ما تؤثر على نجاح الإعلان (19).

- **العنوان الثانوي:** وهو عبارة عن عنوان إضافي صغير قد يظهر فوق العناوين أو مصحوبا بخط

أسفله (20).

- **العنوان الفرعي:** حيث يعتبر وسيلة وصل بين العنوان الرئيسي و النص الإعلان و تحدد وظائفه في

الآتي:

أ/ إيجاد صلة بين العنوان الرئيسي و النص الإعلان.

ب/ إعادة شرح العنوان الرئيسي لتأكيد له لدى المعلم إليه.

ج/ تركيز الرسالة الإعلان.

2/ **النص الإعلان:** يهدف إلى اقناع المعلم و تحفيزه بالتصرف الإيجابي نحو الشيء المعلم عنه و عادة

ما يتضمن مزايا السلعة التي يتحصل عليها المستهلك.

3/ **الصور و الرسوم:** و تستخدم بغرض إبراز الفكرة الرئيسية و تسهيل الجهد المبذول كما تساعد في

تحقيق ما يلي:

أ/ إثارة التعبير عن الأفكار.

ب/ سرعة التعبير عن الأفكار.

ج/ إضافة درجة عن الواقعية للإعلان.

د/ تأكيد الفكرة التي يدور عليها الإعلان.

- و حتى يكون تصميم الإعلان الصحفي فعال يجب مراعاة ما يلي (21):

أ- **التوازن:** بمعنى توزيع عناصر الإعلان توزيعا نسبيا داخل المساحة المخصصة بحيث يكون هذا

التوزيع منتشر بشكل متوازن مع المركز البصري للملاحظ أو القارئ.

ب- **التناسب:** و يعني التناسق بين أشكال و عناصر الإعلان لتحقيق أفضل مركز بصري و هذا ما

يحقق تناسبا من حيث العلاقة بين طول الإعلان و عرضه فهذا التناسق يتحقق جذب القارئ

للإعلان.

ج- **حركة البصر:** توجد هناك بعض الأساليب التي تساعد على التحكم في حركة البصر حيثما تقع

على الإعلان.

د- **التضاد:** و يقصد به التنوع فالمعلنون يرغبون بأن تتميز إعلاناتهم عن إعلانات المنافسين

و لذلك لابد من استعمال التضاد.

و- **الوحدة:** حيث تعبر عن أهم عناصر التصميم الفعال و عليه فإنه من الضروري جدا أن يكون

هناك ترابط قوي و متماسك بين معاني العنوان و صورته و العناوين الفرعية حتى يسهل على القارئ

الكريم الانتقال فكريا من عنصر لآخر.

✦ الإعلان التجاري:

نشأة و تطور الإعلان التجاري:

1/ النشأة: مع بداية القرن السابع عشر و بداية عصر النهضة و بعد اختراع المطبعة بدأ الإعلان التجاري يأخذ شكلا واحدا و مميزا و قد أدى تعدد المنتجات إلى زيادة شدة المنافسة بين التجار و هذا أدى بدوره إلى ارتفاع مدخول الفرد و الذي كان سببا مباشرا لتمكين المستهلكين من شراء المزيد من السلع (22) حيث أن الثورة الصناعية ساهمت في تطوير الإعلان التجاري بشكل كبير (23) و لكن هذا كله لم يكفي بل تم اكتشاف وسائل أخرى كالراديو و التلفاز مع بداية القرن التاسع عشر كاتصال وسطي سهل من أجل نقل الرسالة الإعلانية إلى أي مكان و في أي زمان و هذا كله لأجل توصيل المعلومات الكافية عن سلعهم إلى المستهلكين (24).

2/ تعريف الإعلان التجاري: طبعا هذا الاسم غني عن التعريف و معبر عن نفسه فهو كل تصميم نفذ لكي يعلن عن:

1- **سلعة:** مثل المأكولات و المشروبات... إلخ (25).

2- **أو شركة:** مثل شركة سواء كانت في القطاع الخاص أو العام سواء تنتج شيء تبيعه أو حتى تسوقه.

3- **خدمة:** مثل الخدمات التي تقدم للصالح العام أو حتى مقابل مادي.

4- **المشاريع الصغيرة:** حتى لو كان صغير يعلن عن نفسه.

- بالمختصر هو كل تصميم يكون الهدف منه الإعلان عن شيء ما و خطف الأنظار إليه.

3/ أنواع الإعلان التجاري:

- بدأ بالورق الذي يوزع في الشارع و هو يكون غالبا له لون واحد أو اثنين و في بعض الأحيان يكون ببيئة أربع ألوان.
- هناك أيضا اللافتات المضيئة.
- هناك اللافتات المكتوبة و هي تصمم على الكمبيوتر و بعد ذلك يتم طبعها و شدها على شاشة بمقاسات مطلوبة.
- هناك أيضا اللافتات الإلكترونية و هي تعمل بأجهزة إلكترونية و تكون باهضة الثمن.
- أيضا الملصقات بجميع أنواعها.
- هناك أيضا اللافتات المعلقة على العواميد و أيضا التي تعلق على أسطح البيوت و الأبراج العالية (26).

4/ أهداف الإعلان التجاري:

- تغيير سلوك المستهلك.
- دعم مجهودات رجال الأعمال و البيع.
- إيجاد جو من الثقة بين الجمهور و السلعة المعروضة للبيع.
- تحقيق أرباح كبيرة و ذلك من خلال تسويق أكبر للمنتجات (27).

5/ خصائص الإعلان التجاري:

- السهولة في التعبير عن المنتج بطريقة تتماشى مع مختلف الأعمار و مختلف المستويات الفكرية لعقول المشاهدين أو القارئ لهذا الإعلان.
- استخدام عبارات بسيطة وواضحة و تشد الانتباه في نفس الوقت للدعاية عن أي منتج.
- التميز في استخدام أساليب العرض و الإبهار لجذب المشاهد أو القارئ للإعلان.

- استخدام التقنيات الحديثة و إضافة بعض الصور و الرسوم المعبرة عن الإعلان.
- إظهار المنتج نفسه بشكل واضح و جذاب.
- أن يكون متوسط التكلفة و الميزانية بالنسبة لصاحب المنتج المعلن عنه.
- سهل الوصول لجميع الناس و كل طبقات المجتمع (28).

ثانيا: المدخل النظري

➤ نظرية الاستخدامات و الإشباعات

1. تعريف نظرية الاستخدامات و الإشباعات: هي نظرية من نظريات التأثير الإعلامي و تسمى

أيضا بنظرية المنفعة ركزت على فكرة رئيسية و هي ما يفعله الأفراد بوسائل الاتصال الجماهيرية و على تأثيرات هذه الوسائل على حياة الناس (29) ترى بأن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري و انما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها و نوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات و الترفيه المتاحة (30).

2. نشأة و تطور نظرية الاستخدامات و الإشباعات: يعود الاهتمام بالبحث عن الاشباع الذي

توفره وسائل الاعلام و الاتصال، لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال و مثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينات في أعمال لازر سفيلد و ستاتون و بيرلسون و في الخمسينيات في أعمال ريبليز و في الستينات في أعمال شرام.

- حيث رأوا أن الأفراد يوظفون بفاعلية مضامين الوسائل الإعلامية و الاتصالية بدلا من أن يتصرفوا سلبا تجاهها حيث افترضوا وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية و الاتصالية و التأثيرات على الجمهور كما رأوا أن الجمهور يستخدم الرسائل لأمر كثيرة و تلك الاستخدامات تلعب دور في التأثير

عليهم (31)، وأن تحقيق اشباع في الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بل يتم كذلك من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة، فنحن قد نرغب في الاستماع إلى الراديو و عندما نشعر بالوحدة و قد نلجأ إلى مشاهدة التلفاز مع أفراد العائلة و في ظروف معينة نفضل قراءة الجريدة و في ظروف أخرى نفضل قراءة قصة (32).

- و قد لخص الياهو كاتز و غيره هذا المدخل في خمس فروض لتحقيق ثلاث أهداف تمثلت فيما يلي:

1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و عوامل التفاعل الاجتماعي و تنوع الحاجات (33).

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل و ليس الوسائل هي التي تستخدمهم.

4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم و دوافعهم و بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط (34).

و يحقق منظور الاستخدامات و الإشباعات ثلاثة أهداف هي:

1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته.

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال يهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري (35).

3. الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات:

تعرضت نظرية الاستخدامات و الإشباعات للعديد من الانتقادات يمكن حصرها فيما يلي:

- 1- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، و هذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة و بالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.
- 2- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية و نفسية واجتماعية و تختلف أهميتها من فرد لآخر و لتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الاعلام و اختيار المحتوى (36).
- 3- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام معتمد و مقصود و هادف و الواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.
- 4- تنتظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى وظائف و وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الوسائل الاتصالية (37).

ثالثا: السياق المنهجي:

- **مجتمع الدراسة:** هو مصطلح علمي منهجي يراد به كل من يمكن أن تعمم عليه نتائج البحث سواء كانوا مجموعة أفراد أو كتب... إلخ، و ذلك طبقا للمجال الموضوعي لمشكلة البحث فيشترط لصدق تعميم نتائج البحث المطبق على عينة أن تكون تلك العينة ممثلة لهذا المجتمع أي أن يكون هناك تناسب بين عدد أفرادها.
- **العينة:** هي جزء من مجتمع البحث الأصلي تم اختيارها لتكون ضمن الدراسة و هي تفيد في تمثيل أكبر قدر ممكن من مجتمع الدراسة فكما نعلم أن جمع البيانات قد يتطلب منا أن ننزل للميدان و نجمع

من جميع مفردات المجتمع الذي نود أن نعمل عليه الدراسة (38) لذلك كثيرا ما نستخدم العينة و بالنظر إلى هذه العوامل منها « منهج الدراسة، طبيعة الموضوع المدروس » فإن أفضل عينة يمكن تطبيقها على مجال الدراسة هي " العينة القصدية " التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات و هذا لإدراكه المسبق و معرفته الجيدة لمجتمع البحث و لعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا و بالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة (39).

• منهج الدراسة:

أ/ اللغة: قال تعالى ﴿ لكل جعلنا منكم شرعة و منهاجا ﴾ المائدة 48.

- إن كلمة منهاج الواردة في الآية الكريمة تعني الطريق الواضح و الكلمة الانجليزية الدالة على المنهاج هي « CURRICULUM » و هي كلمة مشتقة من جذر لاتيني و معناها مضمار سباق الخيل و هناك كلمة أخرى تستعمل أحيانا مرادفة لكلمة منهاج و هي كلمة المقرر و تقابل هذه الكلمة بالإنجليزية كلمة « Syllabus » و يقصد بهذه الكلمة « المعرفة التي يطلب من الطالب تعلمها في كل موضوع خلال السنة الدراسية » (40).

ب/ اصطلاحا: المنهج هو المعرفة أو المحتوى و يعني أيضا الأنشطة التعليمية التي ستوصل هذا المحتوى إلى المتعلم و التقويم و الأهداف المتوخاة من تعلم هذا المحتوى إضافة إلى المعلم و المتعلم و الظروف المحيطة بهما (41).

ج/ التعريف الاجرائي: إن مفهوم المنهج واسع جدا حتى أنه يكاد يشتمل على كل ما تحتويه التربية بعكس المقرر المشتمل على عنصر واحد من عناصر المنهاج و هو كمية المعرفة أو المحتوى و بذلك يعني

المنهاج المدرسي في مفهومه التقليدي مجموع المعلومات و الحقائق و المفاهيم و الأفكار التي يدرسها الطلبة في مواد دراسية (42).

- و قد اعتمدنا على المنهج التحليلي الوصفي و الذي يقصد به دراسة الاشكالات العلمية المختلفة من خلال عدة طرق كالتركيب و التقويم و التفكير و يعد هذا المنهج ملائماً في دراستنا هذه كما يستخدم في ثلاث عمليات و هي التفسير، و النقد، و الاستنباط و قد يستخدم الباحث إحدى هذه العمليات أو قد يجمع بين عمليتين أو أكثر و هذا المنهج يفيدنا في تحليل و تحديد الاعلانات و جمع المعلومات الكافية عنه.

- أدوات جمع البيانات: لتحليل المضامين الاعلانية و جمع المعلومات الكافية عنها اعتمدنا على الأدوات التالية « الملاحظة و تحليل المضمون ».

أ/ أداة الملاحظة: 1/ هي أداة للمشاهدة و المراقبة الدقيقة لسلوك ما أو ظاهرة معينة في ظل ظروف و عوامل بيئية معينة بغرض الحصول على معلومات دقيقة لتشخيص هذا السلوك أو هذه الظاهرة و تعتمد الملاحظة على خبرة و قابلية الباحث في الصبر لفترات طويلة لتسجيل المعلومات (43).

2/ تعريف آخر: يمكن أن تجري بهدف الحصول على معلومات كيفية (نوعية) وصفية لتصرفات و مواقف معينة قصد التعرف على خصائصها العامة، أو على معلومات كمية إحصائية لعدد تكرارات تصرفات معينة، في إطار التوقع لما يحصل مستقبلاً (44).

ب/ أداة تحليل المضمون:

أ/ تعريف تحليل: تعني تفكيك الشيء إلى مكوناته الأساسية (45).

ب/ تعريف المضمون: تشير كلمة مضمون إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيلي أو القلمي أو الكلامي أو الایمائي من معاني مختلفة يعبر عنها الفرد في نظام معين من الرموز، لتوصيلها إلى الآخرين من أجل الوصول إلى المعاني المختلفة التي تحملها المواد الاعلامية في أوعيتها المختلفة لابد من القيام بتفكيك البناء المادي للمادة الاعلامية المدروسة (المبنى، الدال signifiant) و هذا وفق خطوات منظمة نتوخى فيها الدقة في العمل، من أجل بلوغ هذه الأجزاء المادية للمادة المدروسة كما عبر عنها صاحبها صراحة ثم الانتقال إلى بحث المعاني (المعنى، المدلول signifié) التي تحملها هذه البيانات المادية (46).

ج/ تعريف تحليل المضمون: عرفت الباحثة نوال محمد عمر تحليل مضمون مواد الاعلام و الاتصال بأنه تفكيك ما ينتجه القائمون على وسائل الاتصال الجماهيري المكتوبة المسموعة و المرئية من مضامين اتصالية متنوعة إلى أجزاء مادية، تسمح بكشف الرموز و الصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم و الأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال (47).

- **تعريف إجرائي:** محاولة الوصول إلى وصف سببي للمضمون، من أجل الكشف موضوعيا عن طبيعة المثيرات و عمقها النسبي، و لهذا السبب يسعى تحليل المضمون إلى تحديد المعاني التي ينطوي عليها نسق الاتصال بطريقة منطقية و كمية.

✦ فئات الشكل و المضمون:

أولاً: فئات الشكل: هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المراد دراسته و عادة ما تحاول الاجابة عن سؤال: كيف قيل ؟ أحد ركائز تحليل المحتوى فالشكل الذي يقدم به المضمون إلى جمهور القراء أو المتفرجين أو المستمعين.... من خلال مختلف قنوات الاتصال يعد بالأهمية التي تجعل هؤلاء يميلون إلى

الاضطلاع على المضمون أولاً، لأن الشكل الذي تقدم به المادة الاعلامية ليس دائماً بريئاً، فالوقت و اللون و البند الذي تكتب به المادة و المساحة المخصصة للمواضيع و الحركات و الإيماءات... لا تستعمل من باب الصدفة و التباهي، بل لزيادة تأثير المضمون و توجيهه.

- لكن دراسة الشكل ليست إلزامية في كل البحوث فقد يجد الباحث نفسه أمام نمط واحد من شكل المادة بحيث أن دراستها لا توفي الغرض منه فعلى سبيل المثال لا يحتاج تحليل الكتب في معظم حالات إلى دراسة و تحليل شكلها لأنه نمط واحد.

- و لكن في دراستنا هذه نحتاج إلى الفئتين معا لأنهما يخدماني موضوعنا معا و من هنا نتطرق إلى فئات الشكل أولاً و أهم هذه الفئات:

1/ فئة الزمن: تتداخل هذه الفئة مع سابقتها و تختص بالمضامين التي يتعذر قياس المساحة فيها أو أن قياسها لا يجدي نفعاً في الدراسة و المقصود هنا المضامين السمعية البصرية أي التي لا يمكن قياس مساحتها عندها يقوم الباحث إذا باختيار هذه الفئة بقياس المدة الزمنية لما يحتاج قياسه و الزمن هنا يمكن أن يقاس بالثواني أو الدقائق أو أي مقياس آخر يدخل في إطار تحديد الزمن أو المدة التي يستغرقها المحتوى (48).

2/ فئة الشكل و العبارات: وهي الفئة التي تهتم بالكيفية التي تبنى بها العبارات و الجمل المحتواة في المادة محل التحليل أو بالقواعد المتبعة في تكوينها هذا النوع من الفئات يكتسي نوع من الصعوبة في التداول حيث ينبغي على الباحث تقسيم المحتوى إلى أصناف من العبارات يراها تخدم بحثه بشكل مباشر و الصعوبة تكمن في تحديد الأصناف، إذ في الكثير من الأحيان تكون هذه التصنيفات من نتاج ذاتية الباحث و تتصف بالعمومية كما توجد صعوبة أخرى في استعمال شكل العبارات هي في مفهومها وحدتها

و المعنى المراد بها في المحتوى فقد تختلف هذه الوظائف من لغة إلى أخرى و حتى في اللغة الواحدة ممكن أن تختلف من مجتمع إلى آخر، فالحذر مطلوب في استعمال هذه الفئة من حيث تحديد السياق الذي أنتجت فيه (49).

3/ فئة اللغة المستخدمة: من المؤكد أن اللغة هي الوعاء الذي يصب فيه الفكر فهي بالتالي المحرك الأساسي له، و تزداد هذه الأهمية في مضمون وسائل الإعلام الجماهيرية ذلك أنها الواصل بين المرسل و المتلقي و في الكثير من الأحيان يقع التشويش على الرسالة بسبب اللغة المستعملة من طرفه، و عليه يعد تحليل اللغة في مضمون وسائل الإعلام من الأهمية التي تجعل كل رسالة مرتبطة بطبيعتها، ولذا فإن فئة اللغة المستعملة في تلك الوسائل هي مجموعة من التصنيفات ترتبط في طبيعتها بإشكالية الدراسة و الهدف منها و أكثر التقسيمات راجا هي:

1/ الفصحى 2/ الفصحى البسيطة 3/ العامية 4/ مزيج أو المزدوجة.

كما يمكن أن تقسم فئة اللغة إلى عدة تصنيفات أخرى منها على سبيل الحصر:

1/ لغة مباشرة 2/ لغة غير مباشرة 3/ لغة متداولة 4/ لغة غير متداولة (50).

4/ فئة العناصر التيبوغرافية: يقصد بهذه الفئة الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية، و يعد هذا الجانب ذو أهمية كبيرة في التأثير على نفسية القراء أو المستمعين أو المتفرجين، حيث يرتاحون لحسن تقديم المادة و يضطلعون على المزيد منها، و يمكن أن تقسم هذه الفئة على عدد كبير من الفئات الفرعية أهمها:

أ- **فئة العناوين:** حيث يحاول الباحث تحليل محتوى حصة تلفزيونية أو برنامج تلفزيوني، فإن فئة العناصر التيبوغرافية تكمن في تكرار لقطة أو تحريكها بشكل بطيء لإظهار أهميتها (51).

ب- **فئة الإخراج الفني:** تدخل هذه الفئة مع سابقتها من حيث لفت نظر القارئ أو المتفرج أو المستمع لبعض الأفكار أو المواضيع و تكون هذه العملية في هذه الفئة عن طريق أساليب فنية مثل: الأصوات

و الموسيقى و اللقطات الخاصة المرتبطة ببعض المقاطع لزيادة الانتباه إليها، أو كل ما يمكن أن يدخل تحت سقف الإخراج الفني.

ج- فئة الألوان: لا تستعمل الألوان في مضمون وسائل الإعلام الجماهيرية لزيادة جمال الموضوع فحسب، بل و لزيادة انتباه القارئ أو المتفرج لفكرة أو موضوع معينين أيضا و من حيث الانتباه تعد الألوان أكثرها جلبا لما لها من تأثير في نفسية الفرد و إدراكه للأشياء علاوة على ثبوتها في الذاكرة أكثر من شيء آخر و يمكن للباحث الذي يستعمل هذه الفئة تصنيفها كما يريد على سبيل المثال: لون داكن، لون خفيف لون جذاب.... أو تصنيفها إلى معاني الألوان كأن يشرح الباحث لماذا تستعمل الألوان و ما الغرض منها؟ (52).

د- فئة الصور و الرسومات: الصور عبارة عن شكل من أشكال التعبير عن جزء من الواقع بطريقة الرسومات أو الصور الفوتوغرافية، و هي ذات أهمية بالغة في مجال الاتصال إلى جانب اللغة و كما يقول المثل: الصور أصدق تعبير من ألف كلمة (53).

ثانيا: فئات المضمون: ذكرنا فيما سبق أن عملية وضع الفئات هي من بين الأسس التي يقوم عليها تحليل المحتوى، وهي تتمثل في تقسيم أجزاء المضمون المراد تحليله إلى أجزاء ذات سمات و صفات مشتركة و هذه الأجزاء و تلك الأصناف يحددها الباحث انطلاقا من إشكالية بحثه و الهدف منه، و كما هو الحال بالنسبة لفئات الشكل، يعتمد تحليل المحتوى على فئات المضمون أيضا، و سوف نتطرق فيما سيأتي إلى مجموعة من الفئات التي تم جمعها من مختلف المصادر المنهجية التي تناولت تحليل المحتوى، كما استقينا بعضها الآخر من دراسات ميدانية، مع التأكيد أن الباحث الذي لا يجد فيها ما يجيب عن إشكالية

دراسته يمكنه استحداث فئات أخرى مع شرط تعريفها و ضبطها، لأن في آخر المطاف يعد تحليل المحتوى من الأدوات المرنة و التي يمكن تكيفها مع مختلف الإشكاليات، و هذه الفئات هي: (54)

1/ فئة الموضوع: و هي من أكثر الفئات استخداما في بحوث الإعلام و الاتصال، و ذلك لسهولة النسبية التي تتطلبها، إذ أنها تحاول الإجابة عن السؤال التالي: على ما يدور المحتوى؟ أي ماهي المواضيع الأكثر بروزا في المحتوى؟ و في هذه الحالة يبدأ الباحث بتصنيف المواضيع التي يريد دراستها و التي يمكنها الإجابة عن إشكالية بحثه ثم يقوم بتقسيم كل موضوع إلى مواضيع فرعية يمكنه من خلالها حساب ضبط المواضيع الرئيسية، حيث تم تقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية نذكر منها: (55)

أ/ فئة المجتمع: تناول فيها الباحث عنصر أساسي و هو الحالة الاجتماعية فقد قسمها إلى عدة عناصر فرعية عديدة مثل: الفقر و البؤس، و التسول و السرقة و الاستغلال، كما تطرق الباحث من جهة أخرى إلى ظروف المعيشة في الجبال و المدن و مسألة التعليم.

ب/ فئة الفرد: تناول الباحث في هذا العنصر، التضامن و الحقوق الإنسانية، العادات التقاليد، الأعراف العلاقات الأسرية و الاجتماعية، الثقافة، القيم... الخ (56).

2/ فئة القيم: لها مفهوم ذاتي و نسبي، الأمر الذي يجعل منها الفئة الأكثر صعوبة في التناول، و لأن مهيتها تختلف من فرد إلى آخر و من مجتمع إلى آخر و من ثقافة إلى أخرى، و رغم أن تحليل المحتوى له ما يمكن أن يحدد تعريفها الإجرائي إلا أن صعوبتها تبقى قائمة و القيمة ترتبط بعاملين أساسيين هما العامل النفسي المرتبط برغبات الفرد و ميوله، و العامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين و المعايير و الضوابط التي يفرضها المجتمع أي الرأي الخاص بالفرد و الذي يعبر عن اتجاهاته و اهتماماته، و كذلك النظام الاجتماعي

و التراث الثقافي الذي يتفاعل فيه و رغم ذلك فمن المفيد جدا دراستها في مضمون وسائل الإعلام لأنها تظهر في الكثير من الأحيان حركية القيم في أي مجتمع، أي الكيفية التي تظهر بها بعض القيم و تختفي بها أخرى، على الباحث فقط التقيد بإجراءات تحليل المحتوى و التركيز على المضمون المراد تحليله دون إضفاء الذاتية على ما يقوم به، و من هذه الإجراءات تعريفها تعريفا إجرائيا يخص محتوى المضمون لا غير (57).

3/ فئة الجمهور المستهدف: تساعد هذه الفئة الباحث، في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، طبيعته، سماته، هل هو جمهور خاص ؟ أم جمهور عام ؟ هل هي فئة معينة أم مجموعة من الفئات؟ ...، و الباحث باستعماله لهذه الفئة، لا ينبغي أن يقتصر على ذكر أنواع الجماهير الموجه إليهم الرسالة، بل يجب أن يحلل الخصائص التي تساعد على ترتيب كل جمهور في الخانة التي اختارها (58).

✦ وحدات الشكل و المضمون:

أولا: وحدات المضمون:

1/ وحدة الكلمة: تعد الكلمة من أصغر مقاطع النصوص، و قد تخص كل الكلمات المحتوى، بحسابها و تصنيفها حسب طبيعتها في النص، كأن تصنف الكلمات إلى أفعال، أو أوصاف أو نعوت...، كأن يقوم الباحث بتحليل و حساب كل كلمة.

2/ وحدة العبارة: هي أكبر من الكلمة من الناحية المنطقية، و قد تكون كلمة أو مجموعة من الكلمات تأخذ شكل متكامل لإعطاء معنى معين، و من مثل العبارات الدالة: المصالح الوطنية، العفو الشامل العلاقات الأسرية، القيم الثقافية...، الهدف منها البحث عن اتجاه القائم بالاتصال إزاء قضية من القضايا كما يمكن استعمالها في البحث عن موقف المحتوى من قضية معينة (59).

3/ وحدة الموضوع: الموضوع هو الوحيد الذي قد يكون فئة ووحدة في نفس الوقت، إذ يمكن استعماله كوحدة عن طريق حساب المواضيع التي قد يحملها المحتوى مثال: عدد المواضيع الثقافية و المواضيع الاجتماعية و المواضيع التربوية...، كما يمكن استعماله كوحدة تحليل، لحساب المواضيع المتضمنة في المضمون محل التحليل (60).

ثانيا: وحدات الشكل:

1/ وحدة اللقطة: غالبا ما تستعمل هذه الوحدة في المضامين البصرية مثال: برامج تلفزيونية، إشارات إعلانات...، حيث يقوم الباحث بتقسيم المحتوى إلى لقطات يتم حسابها و تصنيفها وفق ما يريده من إشكاليته و الهدف من دراسته (61).

2/ وحدة الزمن: المدة الزمنية قد توجي لنا بأهمية الموضوع المعروض فإذا طال عرضها فهذا يعني أن التركيز عليها مهم، و إذا قصر فيعني العكس، فقد تستعمل هذه الوحدة لدراسة شكل المادة المعروضة، وهي تعني ان الباحث يقيس المدة الزمنية التي استغرقها المحتوى في طريقة عرضه، كأن تكون الثواني أو الدقائق أو الساعات ، أو أبعد من ذلك يمكن دراسة عرض المحتوى على أيام أسابيع أو شهور أو سنوات (62).

هوامش الفصل الأول

1/ نور الدين هميسي: أنماط الاعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة، دراسة وصفية تحليلية لصحيفة الخبر، رسالة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، وسائل الاعلام و المجتمع، جامعة منتوري قسنطينة 2005، ص، ص 278 – 279.

2/ مريم زعتر: الاعلان في التلفزيون الجزائري، تحليل مضمون إعلانات القناة الوطنية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، اتصالات و علاقات عامة، جامعة منتوري، قسنطينة 2007. 2008، ص 26.

3/ نفس المرجع، ص 259.

4/ سعيدة إيرادنتشة: الاستمالات الاقناعية في الاعلان المتلفز، دراسة تحليلية في مضمون اعلانات قناة mbc رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008، 2009، ص ص 187-188.

5/ محمد فريد الصحن: الاعلان ، د، ط،، الدار الجامعية، بيروت لبنان 1988، ص 13 – 16.

6/ محمد الكويفي: الاعلان الصحفي، د، ط، صفوة المواضيع و خلاصة التجربة و البحث 2014.

7/ مصطفى كافي: فن الاعلان الصحفي: د، ط، دار حامد للنشر و التوزيع عمان ، 2016، ص 20.

8/ محمد الحفناوي: الاعلان الصحفي، ط، 1، دار العلم و الايمان للنشر و التوزيع، دسوق، 2014 ص 49.

9/ نفس المرجع، ص ص 50 – 51.

10/ نفس المرجع، ص 91.

11/ نفس المرجع، ص 92.

12/ محمد فريد الصحن: نفس المرجع السابق، ص 186.

13/ محمد الحفناوي: نفس المرجع السابق، ص ص 97-98.

14/ محمود علم الدين: أساسيات الصحافة في القرن الحادي عشر و العشرين، د، ط، القاهرة 2009، ص ص 204 207.

15/ عبير بلحسين: الأساليب الإقناعية في الإعلانات التجارية بالصحافة المكتوبة الجزائرية ، مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال، تخصص اتصال التنظيمات، جامعة تبسة، 2018، ص 50.

16/ هناء عبد الحلیم سعيد: الإعلان ، د، ط، الشركة العربية للنشر و التوزيع جامعة القاهرة 1995، ص 186.

17/ محمد جمال عبد المقصود: إنتاج الإعلان الصحفي المطبوع، د، ط، دار العالم العربي ، القاهرة 2013، ص 49.

18/ نفس المرجع، ص 50.

19/ هناء عبد الحلیم سعيد: نفس المرجع السابق، ص 187.

20/ دفع الله أحمد النور: الإعلان الأسس و المبادئ ، ط، 2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2009، ص 22

- 21/ رستم أبو رستم: الإعلان و الدعاية في التلفزيون، د، ط، دار المعتز، 2014، ص 32.
- 22/ دفع الله أحمد النور: نفس المرجع السابق، ص 49.
- 23/ موسوعة ويكيبيديا.
- 24/ موسوعة ويكيبيديا.
- 25/ ماهر حامد الحولي، سالم عبد الله أبو مخدة: الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية، د، ط، دار، ن غزة، 2009، ص 07.
- 26/ articles Ar bresala .net
- 27/ عبد الرحيم درويش: مقدمة إلى علم الاتصال، د، ط، مكتبة تاتسي، (د، م، ن) 2005، ص 27.
- 28/ أسامة بن مساعد المحيا: نظريات التأثير الإعلامية، د، ط، د، م، ن، 2006، ص 9.
- 29/ مي العبد الله: نظريات الاتصال، د. ط، دار النهضة العربية، بيروت، 2006، ص 211.
- 30/ نفس المرجع، ص 212.
- 31/ 32/ أسامة بن مساعد المحيا: نفس المرجع السابق، ص ص 10.11.
- 33/ حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، د، ط، د، م، ن، 2007، ص 364.
- 34/ محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، د، ط، دار العالمية للنشر و التوزيع، 2003، ص 252.
- 35/ المرجع نفسه، ص 253.

36/ المرجع نفسه، ص 254.

37/ المرجع نفسه ص 255.

38/ عادل مرابطي و آخرون: العينة، مجلة الواحات للبحوث و الدراسات، جامعة محمد خيضر، بسكر العدد 4، 2009، ص - ص ، 96 95 .

39/ مروان عبد المجيد: أسس البحث العلمي إعداد الرسائل الجامعية، ط 1، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان ، 2000، ص 163.

40/ فاطمة عوض صابر، وآخرون، أسس و مبادئ البحث العلمي ، ط1، مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية الإسكندرية، 2002، ص 46.

41/ نفس المرجع ص 47.

42/ نفس المرجع ص 47.

43/ مروان عبد المجيد إبراهيم: نفس المرجع السابق ص174.

44/ نفس المرجع السابق ص175 - 176.

45/ محمد البشير بن طبة: تحليل المحتوى في بحوث الاتصال، مقارنة في الإشكاليات و الصعوبات، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 13/ 14، ديسمبر 2015 ص 318.

46/ نفس المرجع، ص 318.

47/ نوال محمد عمر: مناهج البحث الاجتماعية و الإعلامية، د. ط، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ص 110.

48/ يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، ط1 ، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر، 2007، ص، 28.

49/ نفس المرجع ، ص 29.

50/ نفس المرجع ، ص 31.

51/ نفس المرجع ، ص32.

52/ نفس المرجع ، ص33.

53/ نفس المرجع ، ص34.

54/ نفس المرجع ، ص34 .

55/ نفس المرجع ، ص 35.

56/ نفس المرجع ، ص35.

57/ نفس المرجع ، ص 40.

58/ نفس المرجع ، ص 44.

59/ نفس المرجع ، ص 50.

60/ أنظر دراستنا للدكتوراه تحت عنوان، نظرية agenda setting ، دراسة نقدية على ضوء الحقائق

الاجتماعية و الثقافية و الإعلامية في المجتمع الجزائري، جامعة الجزائر، قسم الإعلام و الاتصال، 2005.

61/ يوسف تمار: نفس المرجع السابق، ص 52.

62/ نفس المرجع ، ص53.

الفصل الثاني

السياق النظري للدراسة

1/ المضامين الاجتماعية:

- 1-1 تعريف الأسرة.
- 2-1 المفهوم اللغوي للأسرة في الإسلام.
- 3-1 المفهوم الاصطلاحي للأسرة.
- 4-1 مجموعة تعريفات للأسرة في كتاب علي بن عبده أبو حميدي.
- 5-1 أهمية الأسرة في الإسلام.
- 6-1 الشروط الواجب توفرها في الأسرة المسلمة.
- 7-1 أهداف الأسرة في الإسلام.
- 8-1 دور الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية.
- 9-1 أشكال الأسرة.
- 10-1 وظائف الأسرة.
- 11-1 مفهوم العائلة.
- 12-1 العلاقات الأسرية.
- 13-1 العلاقات الاجتماعية.

تمهيد:

تعتبر الأسرة الركيزة الأساسية التي تبنى عليها الأمم وعليها يعتمد نجاحها أو فشلها تساهم في النشاط الاجتماعي في كل جوانبه المادية والروحية والعقائدية والاقتصادية وقد تشكل خطر أساسي عليه إذا غابت صلة القرابة والرحم بين أفرادها وحتى نكون فكرة شاملة ودقيقة عن هذا المضمون الاجتماعي يجب تسليط الضوء على مفهومها وأهميتها وأشكالها و وظائفها وندرسها بشكل كافي ووافي.

1-1 تعريف الأسرة: هي الدعامة الأساسية في بناء المجتمع فإذا كانت هذه الدعامة قوية كان البناء الذي يقوم عليها قويا متماسكا، و إذا كانت ضعيفة تهاوى البناء و سقط مع أول ريح تعثره فالمجتمع يحتوي على مجموعة من الأسر التي ترتبط مع بعضها البعض برباط المحبة و قوة المجتمع و ضعفه تقاس بمدى قوة الأسرة و ضعفها.

إن المجتمع القوي هو المجتمع الذي تتميز أسرة بالقوة و الوعي و الثقافة والجاهزية العالية و القدرة على مواجهة الصعاب أما المجتمع الضعيف فهو الذي تتميز أسرته بضعفها و عدم قدرتها على مواجهة الظروف الطارئة فهي متفككة و غير مترابطة لا تقوم على أسس قوية و مبادئ راسخة من هنا تكمن أهمية الأسرة و دورها في المجتمع و دورها الأكبر في ازدهار و نمو الأمم (1).

2-1 المفهوم اللغوي للأسرة في الإسلام: إن لفظ الأسرة مأخوذ من كلمة الأسر بمعنى القوى و الشدة و الأسرة هي الدرع الحصينة فأعضاء الأسرة الواحد يشد بعضهم بعضا و يعتبر كل فرد منهم بمثابة الدرع

للآخر و يأتي اللفظ أيضا بمعنى القيد و الأسر و يكمن تعريف الأسرة أيضا بالعشيرة فأسرة الرجل بمعنى أهله و عشيرته لأنه يقوى بهم (2).

حيث جاءت كلمات مرادفة للفظ الأسرة في القرآن الكريم حيث يقول الله تعالى ﴿ يا أيها الذين آمنوا قوا أنفسكم و أهليكم نارا و قودوها الناس و الحجارة عليها ملائكة غلاظ شداد لا يعصون الله ما أمرهم و يفعلون ما يؤمرون ﴾ (3).

3-1 **المفهوم الاصطلاحي للأسرة:** إن المفهوم الاصطلاحي الذي أطلقه المفكرون الأمريكيون على الأسرة لا يتناسب مع الفكر الإسلامي الذي يرى أن الأسرة هي نواة المجتمع الأولى التي تقوم على أساس من المحبة و الاخاء و التعاطف و مجموعة من النظم و القواعد فهذا المفهوم الاسلامي للأسرة يتناسب كثيرا مع أصحاب الفكر الاجتماعي الذين يرون أن الأسرة تطلق فقط على ترابطهم روابط اجتماعية مؤلفة من "زوج و زوجة و أبناء"، و في بعض الأحيان يضاف بعض الأقارب إلى الأسرة كالأخت و العممة و الخالة و غيرها(4).

4-1 كما يمكن استعراض مجموعة من التعريفات للأسرة منها:

1/ رابطة اجتماعية تتكون من زوج و زوجة و أطفال أو قد تكون دون أطفال و قد تتوسع الأسرة لتصبح أكبر من ذلك فتشمل أفرادا آخرين كالأجداد و الأحفاد يشتركون في معيشة واحدة.

2/ جماعة من الأفراد تربطهم روابط معينة كالزواج أو الدم أو التبني و يتفقون على تكوين بيت مستقل يوزعون فيه الأدوار و المهام و يخلقون لأنفسهم ثقافة تميزهم عن غيرهم (5).

3/ كما ساهم بعض العرب و الغربيون في بيان مفهوم الأسرة و تحديد أهم ركائزها و مقوماتها، و من التعريفات التي تبين مفهوم الأسرة:

أ/ هي أول وسط طبيعي للفرد يعيش فيه بشكل جماعي، و تعتمد على مجموعة من المصطلحات و المفاهيم التي يتفق عليها العقل الجمعي و قواعدها و مبادئها تختارها المجتمعات.

ب/ الوحدة الوظيفية المكونة من زوج و زوجة و أبناء يرتبطون معا برباط الدم و أهدافهم مشتركة.

ج/ عيش رجل و امرأة معا على أساس العلاقات الجنسية التي أقرها المجتمع، و تقديم الواجبات التي تترتب على ذلك كراية الأطفال المنجيين و تربيتهم.

د/ وحدة اجتماعية إنتاجية تمثل مركزا للنشاطات الاقتصادية و الاجتماعية و هي تقوم على الالتزام المتبادل بين جميع الأطراف بالمودة.

هـ/ مجموعة معينة من الأفراد يجتمعون معا و يتفاعلون فيما بينهم، و هي في علم الاجتماع الخلية الأولى في المجتمع، كما أنها الخلية الأساس.

1-5 أهمية الأسرة في الإسلام: للأسرة في الإسلام أهمية كبيرة و يمكن إجمال الأهمية بالنقاط التالية(6):

- تعد الأسرة اللبنة الأولى التي تنشاء فيها الأجيال.

- تتولى الأسرة مهمة تربية الأبناء، حتى يصبح هؤلاء الأبناء أصحاب أسر.

- يتولى أفراد الأسرة المسؤوليات الاجتماعية.

- تأثير تربية الأفراد على المسؤوليات التي يمارسونها.

1-6 الشروط الواجب توفرها في الأسرة المسلمة:

- صلاح الزوج و الزوجة و من معهما.

- الاعتماد على التربية الإسلامية في تربية أبناء الأسرة.
- توجيه المجتمع و مجموع الأسر الموجودة فيه إلى اعتماد العقيدة الإسلامية في منهج الحياة.
- تعاون الأسرة في المؤسسات الأخرى في موضوع تربية الأجيال (7).

1-7 أهداف الأسرة في الإسلام:

أ/ الهدف الديني: يعتبر تكوين الأسرة أحد أمور التعبد لله سبحانه و تعالى، و ذلك من خلال تكوين أسرة معتمدة على كتاب الله تعالى و على سنة المصطفى صلى الله عليه و سلم.

ب/ الهدف الأخلاقي: تهدف الأسرة المسلمة إلى تقويم السلوك و الأخلاق و الابتعاد عن الرذائل و الانحلال الخلقي.

ج/ الهدف الاجتماعي: يهدف إلى توثيق المحبة و التآلف بين أفراد المجتمع، و هذا من نعم الله على عباده المسلمين حيث تقوى المحبة عن طريق المصاهرة، و يزداد الأفراد بالإنجاب و التكاثر.

د/ الهدف الصحي: تهدف الأسرة المسلمة إلى حماية المجتمع من الإصابة بالأمراض التي تنتج من الاتصال المحرم(8).

1-8 دور الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية:

للنشئة الأسرية دور كبير في تنمية و تطور القيم الاجتماعية لدى أفراد الأسرة و خصوصا الأطفال منهم حيث تقوم الأسرة بدور فعال في تشكيل شخصية الأبناء المتكاملة و ذلك في مجال تنمية القيم الاجتماعية لديهم لما لها من أهمية كبيرة و تأثير بالغ على سلوكهم و ما يترتب على هذا السلوك من آثار تتعكس على الأسرة بشكل خاص و المجتمع بشكل عام، إيجابا أو سلبا و الذي يحدده أسلوب و طريقة التربية الأسرية

التي يتم غرسها في الأبناء و مدى إدراك الأسرة لأهمية القيم الاجتماعية و دورها في تحديد سلوك الأبناء و التوافق النفسي و الاجتماعي و المنفعة التي تعود على جميع أطراف الأسرة (9).

1-9 أشكال الأسرة:

1/ الأسرة النواة: تتكون من الزوجين و الأطفال و تتميز بصغر حجمها و العلاقات الاجتماعية القوية بين أفرادها و الاستقلالية في الدخل و المسكن و هي تستمر لفترة مؤقتة حيث تنتهي بوفاة الوالدين و انفصال الأبناء عن بعضهم و تتخذ من الفردية طابعا لما في حياتها الاجتماعية.

2/ الأسرة الممتدة: تتكون من مجموعة من الوحدات الأسرية التي تجمعها القرابة الدموية و الإقامة المشتركة و هي شكل شائع منذ القدم فهي تنتشر بشكل كبير في المجتمع القروي و الريفي و تقسم إلى نوعين و هما أسرة ممتدة بسيطة تتكون من الزوجين و الأجداد و الأبناء و زوجاتهم و أسرة ممتدة مركبة تتكون من الزوجين و الأبناء و الأجداد و الأبناء و زوجاتهم و الأصهار و الأحفاد و الأعمام و تتميز بمراقبتها السلوك أفرادها بشكل مستمر و التأكد من التزامهم بالقيم و التقاليد الثقافية للمجتمع و تتميز أيضا بتعاون أفرادها مع بعضهم و يشعر أفرادها بالأمن نتيجة قوة العلاقات الاجتماعية بينهم.

3/ الأسرة المشتركة: تتكون من مجموعة من الوحدات الأسرية التي ترتبط بواسطة الأب أو الأخ أو الأخت أو الأم و يجمع بينهم الإقامة المشتركة و الالتزامات و الروابط الاقتصادية و الاجتماعية.

4/ الأسرة الاستبدادية: يقوم فيها الأب بالسيطرة على الأسرة و يعد المسؤول الوحيد عنها و تتجرد الزوجة من شخصيتها القانونية أو الاجتماعية.

5/ الأسرة الديمقراطية: تنتشر بشكل كبير في الدول الصناعية و المتقدمة و هي تبنى على أساس التفاهم و المساواة بين الزوجين(10).

10-1 وظائف الأسرة:

أ/ الوظيفة البيولوجية: تتمثل بشكل أساسي في توفير كل من الرعاية الجسدية و الصحية للأبناء و توفير المسكن و الغذاء الصحيين لأفراد الأسرة و ذلك لينعم الآباء و الأبناء بالعقل و الجسم السليمان.

ب/الوظيفة الثقافية: تتمثل في اكساب أفرادها المعايير الثقافية في مختلف نواحي الحياة.

ج/ الوظيفة الاجتماعية: تتمثل في اكساب الأبناء مهارة الاندماج مع فئات المجتمع المختلفة بطريقة مناسبة و لائقة بالأخلاق النبيلة.

د/ الوظيفة الاقتصادية: تتمثل في المشاركة في العمل و النتاج من خلال تزويد المصانع و أماكن العمل بالأيدي العاملة و تعزيز التعاون بينهم.

هـ/ الوظيفة النفسية: حيث توفر الأسرة الحب و الأمن و الحنان و السلام و الراحة النفسية لأبنائها و ذلك لينعم الأبناء بجو من السلام و الهدوء بعيدا عن القلق و التوتر.

و/ الوظيفة الدينية و الأخلاقية: حيث يعزز و ينمي الآباء الأخلاق النبيلة و الحميدة في الأبناء كما تتمثل في تعزيز التعاليم الدينية في نفوسهم فهذا بدوره يساهم في تنشئتهم تنشئة سليمة.

ل/ الوظيفة السياسية: تتمثل في تنمية حب الوطن في نفوس الأبناء.

ي/ **الوظيفة المادية:** حيث توفر الأسرة كل ما يحتاجه الأبناء مثل: الملابس، الأدوات المدرسية و الطعام، و الدواء و غيرها.

ن/ **الوظيفة التعليمية:** تتمثل في توفير التعليم للأبناء و إدخالهم المدارس و تعليمهم من المرحلة الابتدائية حتى المرحلة الجامعية(11).

1-11 **مفهوم العائلة:** هي الأسرة التي تقوم على عدة أسر نووية لا تجمعهم الإقامة المشتركة و لكن رابطة الدم و المصالح المشتركة و الزيارات المستمرة في المناسبات و غيرها(12).

1-12 **العلاقات الأسرية:** يقصد بها تلك العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوجة و الزوج و الأبناء و يقصد بها أيضا طبيعة الاتصالات و التفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد و من ذلك العلاقة التي تقع بين الزوج و الزوجة و الأبناء أنفسهم و تعتبر الأسرة الحضرية أسرة ممتدة و أبوية و تتميز بهيمنة الرجل على المرأة و كذلك الكبار على الصغار لذا يكون هنالك توزيع هرمي للسلطة و تكون السلطة في يد الرجل و بالرغم من ذلك كله إلا أن الدولة عملت على إعادة إنتاج هذه العلاقات التي تخص التعليم و الدين و التشريع و يلاحظ أن هناك تحولات أساسية بسبب التغيرات البنوية في الأوساط الحضرية العربية من قيام الأسرة النووي و تحديد الاقتصاد و الحرية و الاستقلال من خلال هذا كله ندرك أن العلاقات الاجتماعية الأسرية تحتوي على ثلاث مجموعات من العلاقات و هي (13):

أ/ **العلاقات الاجتماعية بين الزوج و الزوجة:** ففي الماضي كان الأب هو الذي يرأس الأسرة و يصدر القرارات الخاصة بالمنزل و يعمل جاهدا في توفير الحاجات الأساسية للحياة الأسرية كما أن علاقة الزوجة بزوجها علاقة الطاعة و الخضوع و يشتمل عمل المرأة على تربية أطفالهم و رعايتهم و مع التطور

الذي حدث تقطعت تلك الصورة التقليدية بسبب، التصنيع و التحضر و تبين مدى ذلك التغير الذي حدث من حيث:

- 1- مساعدة الزوج لزوجته في الأعمال المنزلية.
- 2- تحمل المرأة المسؤولية في حال غياب الزوج عن المنزل.
- 3- الخلاف بين الزوجة و الزوج.

2/ العلاقات الاجتماعية بين الآباء و الأبناء: أن الإنسان خصوصا العربي مازال محبا للأولاد فهو يفخر و يتباهى دائما بكثرة الانجاب و خاصة إذا كانوا ذكورا و إذا لم يرزق الشخص بولد ورزق ببنات، فإنه يظل راغبا في إنجاب الذكور لأنه يعتبر الذكر مصدر اعتزاز و هذا غالبا ما نجده، ينطبق على مناطق كثيرة سواء كانت خضرية أو ريفية كما أنه يوجد تشابه بين الريف و الحضر في الرغبة في كثرة الإنجاب و خاصة إنجاب الذكور و يفترض في العلاقات بين أعضاء الأسرة أن تقوم على التعاون و المودة.

3/ العلاقات الاجتماعية بين الأبناء أنفسهم: أطفال الأسرة هم مواطنون، يعيشون في عالم الصغار و فيه يلتقون مجموعة مختلفة من الخبرات خلال معيشتهم المشتركة و تتميز العلاقات بين الأخوة بالإشباع و الشمول كما تتسم بالصراحة و الوضوح و مما يجدر الإشارة إليه أن مكانة الأبناء تختلف حسب تسلسلهم داخل الأسرة.

مجمل القول أن الحياة الاجتماعية تنشأ عندما يتفاعل الأفراد فيما بينهم مكونين جماعات بشرية ينتج عنها مجموعة من العلاقات الاجتماعية و التفاعلات التي تعتبر المحور الأساسي في حياة البشر (14).

1-13 العلاقات الاجتماعية:

من صفات الكائن البشري وجود علاقات بينه و بين الآخرين و التي تسمى بالعلاقات البشرية بغض النظر عن كونها علاقات إيجابية، أو سلبية و هي بالتالي تختلف عن مفهوم العلاقات الانسانية و التي أصبح متعارفا عليها بالعلاقات الإيجابية يحتل موضوع العلاقات الاجتماعية مكانة هامة في علم الاجتماع العام بل أن معظم المؤلفين و العلماء يرون أن العلاقات الاجتماعية بأنها « الروابط و الآثار المتبادلة بين الأفراد و المجتمع و هي تنشأ من طبيعة اجتماعهم، و تبادل مشاعرهم و احتكاكهم ببعضهم البعض و من تفاعلهم في بوتقة المجتمع»، وجود الجماعة البشرية يعني بالضرورة وجود تفاعل اجتماعي سواء كان في المدرسة أو العمل أو في المجتمع المحلي بغض النظر إذا كانت هذه الجماعة صغيرة العدد أم كبيرة، و من البديهي أن يكون بعض أفراد هذه المجموعات في بؤرة العمل الجماعي أي دورهم أساسي في التفاعل الاجتماعي و بعضهم يرضى لنفسه أن يكون هامشيا مع كونه ضمن الجماعة لذا نجد أن بعض أفراد الجماعة يشعر بالراحة و الاطمئنان و يتمتع بالصحة النفسية و تحقيق الذات لوجوده داخل الجماعة؟، و العوض الآخر يشعر بالضيق و الاضطراب و القلق و الإحباط من تعامله مع أفراد الجماعة، و بالرغم مما سبق فلا بد للفرد ما أن يعيش ضمن الجماعة و يسعى باستمرار إلى التكيف و يتنازل عن بعض خصائصه الفردية دون أن يؤثر ذلك سلبا على مفهوم الذات لديه و ذلك لضرورة وجوده داخل الأسرة... المدرسة... الجماعة.... المشغل... المؤسسة التي يعمل فيها و تعتبر العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد في مجتمع ما نتيجة تفاعلهم مع بعضهم البعض من أهم ضرورات الحياة و لا يمكن تصور أية هيئة أو مؤسسة أن تسير في طريقها بنجاح ما لم تسع جاهدة في تنظيم علاقاتها الاجتماعية.

و من خلال تعريف العلماء بالعلاقات تبين أن العلاقات الاجتماعية مختلفة في شكلها فقد تكون « مؤقتة طويلة الأجل، أو محدودة»، و العلاقات الاجتماعية مختلفة في شكلها كعلاقات الجوار حيث يشترك الجيران

بعضهم مع بعض في أفراحهم و أحزانهم و في الوقت الحالي أصبحت العلاقات الجوارية قليلة جدا و شبه معدومة فقد لا يشاهد الجار جاره فترة طويلة بسبب الانشغال الدائم و كثرة الالتزامات الاجتماعية سواء بالنسبة للمرأة أو الرجل....العلاقات الاجتماعية الأسرية و يقصد بها العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوج و الزوجة و الأبناء و طبيعة الاتصالات و التفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد و التي يجب أن تكون مبنية على التعاون و المودة.

مجمل القول أن الحياة الاجتماعية تنشأ عندما يتفاعل على الأفراد فيما بينهم مكونين جماعات بشرية ينتج عنها مجموعة من العلاقات الاجتماعية و التفاعلات التي تعتبر المحور الأساسي في حياة البشر و يتخذ التفاعل الاجتماعي صورا و أساليب متعددة فقد يحدث هذا التفاعل بطريق مباشر أو غير مباشر بين عدد محدود من الأفراد، و عدد كبير و يكون عن طريق استخدام الإشارة و اللغة و الإيماء في مصنع أو منزل أو بين أشخاص بينهم صلات قرابة أو جوار.

و لهذا التفاعل الاجتماعي أنماطا مختلفة تتمثل في التعاون، التكيف، المنافسة، الصراع، القهر و حينها تستقر أنماط التفاعل و تأخذ أشكالا منتظمة فإنها تتحول إلى علاقات اجتماعية كعلاقات « الأبوة، الأخوة الزمالة، السيادة، الخضوع و السيطرة».

واليوم نشاهد البشرية بثورة جديدة هي ثورة المعلومات التي ربما ستكون آثارها أكبر بكثير من الثورة الصناعية.

فالتقدم العلمي الهائل اليوم في مجال العمل و التكنولوجيا يندز بتغيرات جذرية كثيرة في المجال المادي و في المجال المعنوي و إذا كانت العلاقات الأسرية و القرابية تختلف من مجتمع لآخر فإنها في ذات المجتمع تختلف من بيئة اجتماعية إلى أخرى، و من جماعة إلى أخرى وفقا لحجم هذه الجماعة و درجة تحضرها

و الأساس الاقتصادي الذي يحكمها إن تعلم أساليب و أساسيات المفاهيم الاجتماعية و تطبيق المرونة يساعد كثيرا للوصول إلى النتائج المرجوة (15).

2- المضاامين الثقافية

- 1-2 تعريف الثقافة.
- 2-2 المقاربة السيسولوجيا لثقافة.
- 3-2 التأصل بين النمط و النظام.
- 4-2 محددات الثقافة.
- 5-2 القيم.
- 6-2 أنواع القيم.
- 7-2 العادات.
- 8-2 الأعراف.
- 9-2 التقاليد.

تمهيد:

تعتبر الثقافة سلوك اجتماعي ومعيار موجود في المجتمعات البشرية منذ وجود الإنسان ك تشمل كل ما يتعلق بالإنسان من قيمه وعاداته وتقاليده وأعرافه ، لها أهمية كبيرة في تنظيم المجتمعات ولأنها تشكل مفهوما عميقا يحتاج للبحث حاولنا تسليط الضوء عليها وعلى مقاربتها السوسولوجية وعلى أهم محدداتها ومكوناتها من عادات وتقاليده وقيم وغيرها ...

2-1 تعريف الثقافة: من أشهر التعريفات لثقافة و أكثرها شيوعا لقيمتها التاريخية تعريفا للإنجليزي "ادوارد تايلور" و هو على الرغم من قدمه يبقى متكاملا إلى أبعد الحدود غير أن الانتقاد الذي يوجه إليه أنه يبالغ بعض الشيء في وضعيته ذلك أنه لا يسلط الأضواء على جميع الخصائص و الصفات التي تنسب إلى الثقافة الآن.

و مع ذلك أدى هذا التعريف الوصفي، إلى توسيع الحقل الثقافي فهو يبرز العناصر المادية لحياة الناس كالأخلاق و القانون و العرف و التي تنشأ نتيجة التفاعل الاجتماعي و تأخذ بالتالي طابعا إلزاميا بالإضافة طبعا إلى العناصر المادية مثل: "الفأس و القوس" و ما إلى ذلك فضلا عن الفنون العملية مثل: إشعال النار، و صيد الحيوانات البرية و صناعة الحرب(16).

و بالفعل سيطر هذا التعريف على عقول علماء الاجتماع و الأنثروبولوجيا لعقود عدة و لم تظهر الاختلافات المتناقضة في تعريف الثقافة إلا فيما بعد حيث عرفها بعضهم بأنها السلوك المكتسب لكن البعض الآخر قال أنها ليست السلوك و إنما هي تجريدات مأخوذة من السلوك وبينما يعتبر البعض الأشياء المحاذية « الأدوات و الآلات و الملابس» داخلة في نطاق الثقافة يرفض ذلك البعض الآخر و يقولون أن الثقافة تقتصر على أفكار و أنماط السلوك(17).

و قد تبني عالما الانثروبولوجيا الأمريكان « كروبر / كلوكوهون » التعريف الذي يقول أن الثقافة تجريد و وافقهم على التعريف "بيلز" حيث أضاف بأن الثقافة هي تجربة مأخوذة من السلوك الإنساني الملاحظ نسبيا و لكنها ليست هي ذلك السلوك و يضيفون بأن الأنثروبولوجي لا يستطيع أن يلاحظ الثقافة مباشرة بل يمكن فقط أن يرى الأشياء و الأشخاص و أفعالهم و تفاعلاتهم و يوافقهم على هذا التعريف عالم الأنثروبولوجيا الشهير « راد كليف براون»، الذي يعتبر أن الثقافة لا تعتبر عن شيء واقعي محبوس و إنها عن تجريد و غالبا ما يستخدم كتجديد غامض و هو بهذا التعريف يريد أن يدفع نحو الاهتمام بمفهوم البناء الاجتماعي موضوع الانثروبولوجيا الاجتماعية الذي يتبناه(18).

2-2 المقاربة السوسولوجية الثقافية:

إن الثقافة كمفهوم سوسولوجي تشمل كل ما في البعد التراثي و المسرحي كما تشمل البعد الأنثروبولوجي الذي يطال الأدب و لفن، كما يطال حقل التعابير كالتقاليد و العادات و الاحتفالات فضلا عن الأساطير و التصورات و المعتقدات كما أن الثقافة ماض و حاضر و مستقبل أي أن في كل ثقافة شقا موروثا سلفا و شقا آخر يكتسبه الخلف بالقوة من الأنماط الثقافية السائدة ضمن مؤسسات تقوم بإنتاج و إعادة إنتاج شروط الإنتاج الثقافي(19).

3-2 التأصل بين النمط والنظام:

أقل الأنماط الثقافية فيها بعض التشابهات، و هو ما يطلق عليه الأنماط العامة للثقافة Universal Paters وهو مفهوم تبلور من خلال البحوث التي أجرتها جامعة ييل Yale تحت عنوان نماذج العلاقات الانسانية البيئية و هو يحتوي على تسعة و ستين نموذجا أو نمطا من أنماط الثقافة.

و قد جمعت من ثقافات عدة من المجتمعات البدائية و أيضا من ثقافات الأمم الراقية المتباينة، من ثقافات أخرى لم يكتب لها البقاء(20).

يرى بعض السوسولوجين و من أبرزهم رالف لينتون أن حاجات الفرد هي دوافع السلوك الأساسية، و في حالات فإن السلوك الذي لا يكفي بإرضاء أو اشباع حاجات معينة كان لا بد أن ينتظم و يشكل في الوسط و البيئة التي يعيش فيها الفرد، فنمط السلوك الذي يرضى الحاجة إلى الطعام مثلا يختلف إختلافا واضحا في مدينة متقدمة عنه في الريف كما أن الأساليب التي يتخذها الفرد في كل حالة تختلف باختلاف خبراته السابقة.

1. و يعمق مالينو فسكي هذا الاتجاه أن الحاجات الأساسية ترتبط ارتباطا وثيقا باشتقاق حاجات ثقافية جديدة و أن هذه الحاجات لا تتم إلا بإنشاء بيئة جديدة، بيئة ثانوية أو اصطناعية و هذه البيئة هي الثقافة بعينها(21).

هذا يعني أن الحاجات جديدة تظهر و أن معايير خاصة تفرض على سلوك الإنسان إذ أن أي نشاط ثقافي أساسي أو مشتق هو في النهاية علاقة وظيفية تستهدف إشباع حاجات الافراد. وحدة هذا التنظيم بالنظام الاجتماعي، و يتضمن هذا الأخير مجموعة القيم التقليدية التي تجمع الأفراد و تنظم حياتهم و علاقاتهم مع بعضهم و مع بيئتهم.

1. ويرى "مالينو فسكي" أن أحسن وصف لأية ثقافة يجب أن يقوم على معرفة نظمها الاجتماعية و تحليلها و يمكن تحديدها بتسعة نظم هي: النظم « الأسرية، التربوية، الدينية، الأخلاقية، الجمالية، اللغوية، الاقتصادية، القانونية، السياسية»، و مع ذلك يجب التنبيه إلى أن كل هذه النظم مجتمعة تكون الثقافة لكنها في الوقت نفسه ليست مجرد مترابطة من النظم المجتمعية (22).

2. ففي كل مجتمع هناك نظم اجتماعية أساسية و فرعية تشكل مجتمع ما يمكن تسميته بالتكامل الثقافي، و فقدان هذا التكامل يؤدي إلى الاضطراب و الفوضى بل إلى الصراع، و هذا يعني أنه لا يمكننا فهم أي نظام اجتماعي إلا من خلال ترابطه مع بقية النظم الأخرى فهي مؤثرة بعضها ببعض و دائمة التداخل و الترابط و التفاعل(23).
3. كما أن للنظم الاجتماعية أهمية كبرى حيث تعمل على تشكيل سلوك الأفراد و الجماعات و تضعه في قوالب و نماذج تسهل الاتصال و التفاعل.
4. كما أن النظم الاجتماعية أهمية كبرى حيث تعمل على تشكيل سلوك الأفراد و الجماعات و تضعه في قوالب و نماذج تسهل الاتصال والتفاعل، كما تنتقل إلى الفرد التراث الثقافي و تطبعه بالطابع المميز الخاص بالمجتمع الذي يعيش فيه.
5. و قد شبهها هرتزلر بأنها: حاملات ثقافة المجتمع و الحصون و القلاع التي تحفظ و تحمي التراث الثقافي.
6. أما "دور كايم" فإنه يميز بين ما يسميه التصورات الفردية و الجمعية حيث يرى أن الجماعة تفكر و تسلك و تشعر بشكل مختلف تماما عن أفرادها إذا كانوا متفردين فالمجتمع يؤدي إلى إنتاج كائن جديد إنه الثقافة و إن لم يسمها دور كايم بل فضل استخدام مصطلح "الوعي الجمعي" cultivate confidence(24).
7. كما أنه خلال عملية التنشئة الاجتماعية يكتسب الفرد الأنماط الثقافية المناسبة بدء بأساليب السلوك المتنوعة ووصولاً إلى الأنشطة الجماعية و سلوكياتها كما أن لكل مجتمع أنماطاً ثقافية تشكل أنساق متكاملة و تعمل كنماذج تفرض نفسها على الأفراد بما يضمن حداً أدنى من التماثل في السلوك في حين تعتبر العادات الشعبية و غيرها المعايير الاجتماعية بمثابة ضوابط تشكل الأساس الأخلاقي لهذه النماذج، و قد يكون النموذج الثقافي عمومياً « universal » كما قد يكون خاصاً

« spécial » بقطاع معين من المجتمع و مع ذلك يوجد في كل مجتمع نماذج و بدائل ثقافية « Alternative » وهي تمثل استجابات مختلفة لمواقف متشابهة في المجتمع نفسه.

8. كما أن الأنماط الثقافية العمومية تعطي المجتمع وحدته، و بذلك تعد من عوامل التكامل و التماسك في المجتمع على الرغم من أن الخصوصيات تؤدي إلى ظهور التمايز و التباين و التفاوت داخل نطاق المجتمع، و هذا و إن تحليل شكل الثقافة و محتواها في مجتمع مهما كان صغيرا أو كبيرا و مهما بدا عليه من تجانس و بساطة ينطوي على كثير من الصعوبات التي تفرض تحليل السمات الثقافية و ما يقتضي تحتها من خصوصيات حتى يمكن فهم الثقافة في وحدتها و تكامل أجزائها.

4-2 محددات الثقافة:

مثلما ينفرد الانسان عن جميع المخلوقات بقدرته على وضع ثقافة كذلك ينفرد كل مجتمع بشري بخصائص ثقافية تميزه عن باقي المجتمعات، و كما يمكن القول بالثقافة الرعوية أو الزراعية أو البحرية أو التجارية أو الصناعية يمكن القول أيضا بثقافات الأمم و الشعوب.

1. تتضمن ثقافة أية أمة أو جماعة وجهة نظر كل فرد من السلوك الفردي و العلاقات الاجتماعية و موقفه من الآخرين و تفضيلاته فيما يتعلق بمسائل الذوق و الأخلاق و العلاقات الأسرية بين الآباء و الأبناء و ما يختزنه الفرد من القيم و المعايير و الاجتماعية و ما يقده، و ما يظهره من ولاء و تشكل هذه المجموعة كلا ثقافيا يصل و يناسب كل فرد في المجتمع عن طريق التنشئة الاجتماعية و عن طريق الآباء و كبار السن الذين ينقلونها عن طريق التلقين أو عن طرق الدين و المدارس و القراءة و مختلف وسائل الاعلام و الاتصال.

2. و لأن الثقافة مكسب و ليست محمولة بيولوجيا، فهي تسمى أحيانا « الموروث الثقافي » أو « المخزون الثقافي » و نظرا إلى القدرات الإنسان المبدعة فهو لا يكتفي بالتعلم و اكتساب الثقافة فقط

بل يضيف إليها أشكالاً سلوكية مختلفة و على الرغم من أن الثقافة و المجتمع يخرجان نتاجاً متشابهاً، إلا أنه ليس متطابقاً فلا يوجد و لا يمكن توقع سلوك متطابق من البشر فلكل فرد شخصيته و تعبيراته و مع ذلك هناك خصائص عمومية عديدة للثقافة تجعلها مصدراً ملهماً لعدد كبير من التغيرات على المستوى الأنساق الاجتماعية و يمكن تحديدها بالخصائص التالية(25):

1/ الثقافة نتاج اجتماعي و إنساني: لا وجود للثقافة من دون مجتمع انساني من دون ثقافة، العلاقة جدلية بينهما فالثقافة تنشأ عن الحياة الاجتماعية البشرية من خلال سعي الإنسان لابتكار سبل التكيف مع الظروف البيئية، الجديدة و محاولته بالتالي التحكم بالظروف المحيطة به نشوء ثقافة عملية بطيئة تدريجية و غير ملحوظة فنحن مثلاً لا نستطيع أن نحدد متى بدأت عادات معينة مثل: "التحية" لكننا لا نستطيع أن نلاحظ أن عادات معينة تميز جماعات أو مجتمعات تجعلهم بالتالي يفعلون أفعالاً متشابهة و هذه العادات المشتركة التي تجمع بين الأسرة و القبيلة، الطبقة أو القرية هي التي تكون الثقافة أو الثقافة الفرعية لها.

1. فالسيكولوجيا تدرس الثقافة في المجتمعات أو الجماعات و تدرس تجلياتها و لهذا درس الأنثروبولوجي سلوك الأفراد فهذا يستنتج منها أنماط الثقافة، و هو في كل حال يدرس الأفراد بصفاتهم أفراداً في جماعة(26).

2. و تختلف النظم المجتمعية كما تختلف أنماط الثقافة في مدى شمولها فهناك أنماط تشمل جميع أفراد المجتمع الواحد و تسمى العموميات "universels" مثل: أنظمة الضبط الاجتماعي بحيث يتعرض المخالف لها لعقوبات، أو لنبذ اجتماعي و مع ذلك فمن الناحية العملية لا تتمتع كل الأنماط الثقافية بهذا الشمول و خاصة في المجتمعات الحديثة فهناك الكثير من الخصوصيات "spécialités" التي تشمل جماعة معينة داخل المجتمع الواحد كما أن هناك بدائل "motives" وهي عناصر ثقافية متعددة كحرية الاختيار للفرد(27).

2/ الثقافة مكتسبة: عن طريق التفاعل يكتسب الإنسان الثقافة عند مولده فهي لا تنتقل بالوراثة و لكنها تتكون من خلال التنشئة الاجتماعية «socialisation» و الانتشار "diffusion" أو التثاقف "Acculturation" و الاستيعاب "Assimilation" و لا يدخل فيها السلوك النظري و الأفعال المنعكسة و مع ذلك لا يمنع أن تكون بعض النظم الثقافية قد أوجدها الإنسان لإشباع حاجات فطرية كنظام جمع الطعام أو الصيد أو الزراعة و هي تكتسب عن طريق التعلم لذلك يمكن تطويرها كلما تطورت قوانين التعلم و تقنياته التي قطع العلم الحديث فيها شوطا كبيرا مثل: اللغة حيث يستطيع كل جيل أن ينتقل خبراته بطريقة رمزية إلى الجيل الناشئ.

3/ الثقافة كل و نسيج متداخل: في هذا النسيج تداخل و تساند فليس هناك استغلال لعناصر أو سمات ثقافية داخل المجتمع و قد يكون هذا التداخل و التساند وظيفيا كما يقول الوظيفيون و قد يكون نوعا من التكامل البنوي كما يقول البنويون و ما يراه سنمر "summer" أن العادات الاجتماعية أو الطرق الاجتماعية أو الطرق الشعبية تنرض لضغوط كي تتكامل و تتناسق بعضها مع بعض و هي عملية تستغرق وقتا و هي تظهر بشكل واضح في المجتمعات البسيطة و المنعزلة حيث العناصر الثقافية الخارجية نادرة كما أن العناصر الأصلية أكثر ثباتا، أما المجتمعات المركبة غير متجانسة فالتكامل فيها لا يظهر بشكل واضح و العناصر الأصلية أكثر تغيرا(28).

4/ الثقافة نامية و متغيرة: سمة المجتمعات أنها دائمة التغير و التغير قانون تخضع له جميع الظواهر و كما قال ير فيطس Herachituse: « أن التغير قانون الوجود، و أن الاستقرار موت و عدم» كما أن المجتمعات الحديثة و الصناعية تكون وتيرة التغير فيها أسرع و ذلك يعود لقوة التفاعل الاجتماعي و تكاتف الاحتكاك الثقافي، ما يساعد على عمليات جدلية اجتماعية يؤدي تداعياتها تغيير ثقافي متتابع.

1. قد تموت الثقافة إذا تفكك المجتمع الذي يحملها عن طريق الفناء أو عن طريق الغزو إذ قد يفرض الإنسان ثقافته بالقوة أو عن طريق الاندماج بثقافة أكبر و ظهور ثقافة جديدة نتيجة لانصهار الثقافات القديمة أين حصل هذا مع الثقافة المصرية القديمة و الفينيقية و الأشورية و البابلية، لكن أثارها باقية و هذا الجمال الثقافي يعيش الآن ضمن عصر الثقافة العربية الإسلامية.
2. فعلى الرغم من استمرار المجتمع في المكان نفسه(29)، فإن الثقافات تتوالى على مر السنين، و هذا ما حصل مع ثقافة الهنود الحمر و ثقافة السكان الأصليين و أستراليا و لكن بكيفية مختلفة فقد جاء الغزاة و المستعمرون الأوروبيون بثقافة متقدمة و فرضوها بالقوة و بما أن الثقافة متغيرة فهي تتحرك وفق آلية التحول و التكيف لا يعني هذا أن البيئة تحدد اتجاه الثقافة.
3. كما يرى البعض من أنصار الحتمية الجغرافية مثل ريتز Ritter و راتزل Ratzel و ديمولان demolins و ألين سمل الذين قالوا في هذا الخصوص: أن الإنسان من إنتاج سطح الأرض و هذا يعني أن الأرض قد ربت و أطعمته و شكلت أعماله ووجهت أفكاره ووضعت أمامه الصعاب لتقوي من جنسه و عزيمته و في الوقت نفسه همست له بالحلول.
4. و إذا كان في هذا القول شيء من المبالغة فإن دراسات أكدت ركائز ذلك الاتجاه منذ كتابات دولا بلاش Delablache و برين Brunes الفرنسيين(30).
5. أوائل اقرن الماضي و هذا يعني أن الإنسان يتكيف مع الضروريات الجغرافية من خلال الثقافة، و عن طريق الاستعارة من الشعوب المجاورة، و عن طريق الاستجابة للتغيرات المختلفة الطبيعية و التكنولوجية لذلك فهي تستبعد أو تظهر حاجات جديدة و تكيفات ثقافية جديدة يعيش الإنسان من خلالها.
6. الثقافة وفق كل هذا التحرك تتطور و بالتالي فهي تنمو بما يشبه طبيعة النمو الحيوية بمعنى أن الخلايا التي تحدد في تكوينها تفوق الخلايا التي تتحطم أثناء هذه العملية، و هناك بالإضافة إلى

هذا آلية التغيير الثقافي Culturalchange و هي عملية تحصل داخل الثقافة ذاتها، و التي بطبيعتها تتجه نحو التغيير التدريجي ذلك أن كل جيل يقوم بالإضافة إلى الموروث الثقافي من خلال التعلم و التجربة، و تسمى هذه العملية التراكم الثقافي Accumulation و كلما حصل التراكم بإيقاع سريع زادت إمكانية التغيير و تسارعت حركته، و من شروط هذه العملية الاستمرارية continuité و التي تعتبر بمثابة تصفية و تنقية و تأليف للعناصر الثقافية المتراكمة التي تعمل و تستمر في صور كثيرة طالما استمرت الوظيفة التي تؤديها في المجتمع.

7. فبعض العناصر قد تتغير وظيفتها و تتغير صورتها و تصبح جزءا من ظاهرة أخرى، كما في بعض صور السلوك الديني و الأخلاقي الذي يصبح في بعض أشكاله أقرب إلى الفلكلور الشعبي، أو يتمثل في أساطير و أمثال كمثال السيف الذي مازال يحتفظ بشرفه بعد أن ورثت وظيفته أسلحة أخرى، و مع ذلك لا يزال رمزا للقوة و النبيل (31).

8. ولعل ظاهرة الانتشار من الظواهر التي حظيت بنصيب كبير في علم الاجتماع الثقافي لأنها تتعلق بحركتها الخارجية، و قد ثبت أن أكثر التغيرات تغدو إلى الثقافة من الخارج و لهذا فإن المناطق الجبلية و الجزل المنعزلة ذات حظ قليل من التغيير الثقافي و إذا كانت بعض خصائص الثقافة كالنمو و الاستمرار و التراكم تمثل إنتاج فإن الانتشار يمثل التوزيع و هو ما يميز الثقافة المعاصرة التي أصبح الانتشار أحد أبرز خصائصها و مكوناتها الذاتية، بما ابتكرته من وسال الاتصال الحديثة و التي تجاوزت عوائق المكان و الزمان التقليدية، ولا شك من آلية الانتشار الثقافي قد فتحت الباب منذ زمن لمسألتين بالغتي الدقة.

1. الأولى: تتعلق بالموقف من الثقافات الأخرى و كيفية استقبال المجتمع للعناصر الثقافية الجديدة الوافدة و ما هي الصور التي تدخل بها العناصر الجديدة إلى المجتمعات الأخرى؟ أتون عن طريق

القهر أم التقليد؟ أم الايجارة؟ أم عن طريق الأسباب من خلال الاقناع و القدرة؟ و بين القبول و الممانعة ترتسم هويتها الجديدة.

2. **الثانية:** تتعلق بوسائل الانتشار نفسها، فقد كانت الهجرات و الحروب و التجارة أم الوسائل المعروفة تاريخيا، أما الآن فقد تغير الموقف، و أصبحت الثقافة في عصر العولمة أكثر قدرة على الانتشار فاننتقال المعلومة و حركة المعرفة أصبحا أكثر يسرا بما لا تقارن مع ما كان يجري في القرون الماضية.

5/ الثقافة أفكار و أعمال:

1. لم يقف الإنسان عاجزا أمام البيئة و إنما أخذ يفعل فيها و يقيم معا علاقات أخذت أبعاد ثلاثية: « مادية، فكرية، ورمزية» فمن البعد المادي تحولت علاقة الإنسان مع البيئة إلى أعمال و منجزات بدء بالأدوات و الآلات إلى المنازل و المدارس و المصانع، و كل عمل إنساني من هذه الأعمال لا يمكن أن يتحقق مالم تسبقه فكرة و إرادة و تنفيذ، و هكذا فالبعد المادي لا يخرج عن كونه أفكارا تم تجسيدها في أعمال.

2. **أما البعد الاجتماعي:** فيشتمل على النظم المجتمعية التي تحدد علاقة الإنسان بأخيه الإنسان، هذه العلاقة التي يتم تجسيدها بالنظم الاقتصادية من تعاون و ملكية و إجارة، و بالنظم السياسية حيث يتوزع من خلالها نصاب السلطة و علاقة الحاكم بالمحكومين و بالنظم العائلية التي تتجسد فيها العادات و التقاليد و هي كلها تعود بمرجعيتها إلى كونها أفكارا تتجسد كتصرفات و سلوكيات إنسانية أي أنها أعمال و أفكار.

3. أما البعد الرمزي: فهو يشتمل على علاقة الإنسان بعالم الأفكار المجردة و الرموز « كاللغة، و

الدين، والقيم، و الفن، و الأخلاق»، وهذه النظم يغلب فيها جانب الأفكار، إلا أنها أيضا لا تخلو من

أعمال تجسد الممارسات الطقوسية للدين و الممارسات العملية للقيم و الفن و الأخلاق.

يتضح مما سبق أننا سواء نظرنا إلى الثقافة كعناصر أو مركبات و نظم أو حتى كقطاعات فهي لا تخرج في

النهاية عن كونها أفكارا و أعمالا اخترعها الإنسان لسد حاجته الأولية و الثانوية.

1. متباينة في المضمون، متشابهة في الشكل:

تختلف الثقافات في مضمونها و تتباين إلى درجة التناقض أحيانا فما يعتبره مجتمع ما أنه فضيلة و رذيلة و

ربما جريمة في ثقافة أخرى، و قد يتسأل المرء عن سر هذا التباين و التناقض بين الثقافات بينما صانع هذه

الثقافة هو الإنسان المتشابه من الناحية البيولوجية و قد حاول العلماء تفسير هذا الإشكال بالقول أن التنوع

سببه اختلاف السلالة التي ينتمي إليها جماعات معينة فبعض السلالات أرقى من الأخرى و تمتلك عن

طريق الفطرة قدرات و مهارات و معدل ذكاء مرتفع.

لكن الدراسات النفسية و الاجتماعية الحديثة أثبتت خطأ تلك النظريات و تعصبها للعنصر الأبيض على

حساب بقية السلالات فقد تبين أن زنوج إفريقيا و الهنود الحمر يحصلون على أرقى الشهادات و يتفوقون في

أدق المهن إذ أتاحت لهم فرض متكافئة و ثبت أيضا أنه لا توجد في كثير من الأحيان ثقافة واحدة متشابهة

لكل سلالة بل ينقسم أعضاء السلالة الواحدة إلى مئات المجتمعات ذات الثقافات المتباينة و يعود التباين بين

الثقافات إلى عوامل موضوعية عديدة منها:

1/ البيئة الجغرافية التي يمكنها أن تقدم للإنسان احتمالات عديدة للاختيار.

2/ حجم الجماعة الإنسانية التي يجري فيها التفاعل الإنساني فيما لو كانت عشيرة تتصف ثقافتها بالبساطة أو قرية تتصف علاقاتها بنظام يقوم على سلسلة من العلاقات المحددة أو مجتمع مدينة يتصف بعلاقات متشابكة تسمح بسرعة النمو الثقافي.

3/ طبيعة الاتصال و التعاون بين الجماعات الإنسانية والتي تعيش في حالة عزلة تجهد و تبذل ثقافتها.

4/ توفر الطاقة أيضا يلعب دورا هاما فعندما اعتمد الإنسان على الطاقة المخزونة في جسمه كانت ثقافته بسيطة و بدائية و عندما اعتمد على الحيوانات و على النبات "الري و الزراعة" تحسنت مستويات ثقافته و فتحت أمامه مجالات جديدة و ضخمة لم يكن يعرفها سابقا و كذلك الحال عندما اكتشفت موارد أخرى كالفحم و البترول و التجارة و أخيرا الطاقة الذرية و النووية.

5/ تمارس القيم السائدة في المجتمع الإنساني دورا كبيرا في التنوع الثقافي فبعضها يعيق التطور باتجاه معين و يدفع به باتجاه آخر، و هكذا ينتج عن هذا الأمر تنوعا و تباينا بين الثقافات.

6/ طبيعة الإنسان كصاحب عقل و مفكر و مبدع قادر على إنتاج أعداد لا نهائية من الأفكار و البدائل حيث لا توجد حدود لإبداعه و أفكاره التي يحولها فيما بعد إلى أعمال، و من هنا كانت ثقافته متنوعة بسبب قدرة العقل الإنساني على إنتاج أفكار مختلفة لحل المشكلة الواحدة.

و مع ذلك نجد تشابها واضحا في جميع الثقافات إذا نظرنا إليها كنظم أو كقطاعات فكل ثقافة فيها الأبعاد الثلاثة السابقة الذكر « المادي، الاجتماعي، الرمزي».

وفي كل ثقافة يوجد أنظمة ثقافية متشابهة من حيث الشكل فهناك مثلا نظم عائلي بغض النظر عن مضمون تلك العائلة الكبيرة أكانت أو صغيرة أم مركبة كذلك نظام اللباس « أوراق الأشجار، أو لباس الفرسان»، و يطلق البعض على تلك النظم المتشابهة في جميع الثقافات النماذج أو الأنماط العالمية للثقافة

culture universal pallersof وهي حسب تضيف ويسلر: اللغة و العناصر المادية « عادات الطعام، وسائل النقل، و الملابس و الأسلحة والمهن و الصناعات و الفن والنحت، الرسم و الموسيقى» و الأساطير و المعارف العلمية و التصورات الدينية« الطقوس و أنواعها» الأسرة و علاقتها: «أشكال الزواج ، نظام التسلسل القرابي، الميراث، الألعاب و الضبط الاجتماعي» و الملكية العقارية و الأشياء المنقولة و التبادل و التجارة و الأشكال السياسية و الإجراءات القانونية و القضائية و الحرب و تعتبر هذه التصنيفات أو الأنماط و المركبات الثقافية الحد الأدنى الذي لابد توافره في كل ثقافة بدائية أكانت أو حديثة، لكنها في الحالة الحديثة أكثر شعبا حيث ينتسب الفرد إلى مئات التفرعات و التخصصات.

7/ الثقافة مثالية و نسبية: تختزن الثقافة نماذج مثالية يعمد أفراد المجتمع إلى تمثلها و التكيف معها، و قد يكون هناك تفاوت ملحوظ بين النموذج الواقعي لكن هذا التفاوت يجعل القدرة على التمييز بين العادات الفردية و المعايير الثقافية العامة واضحة بما يضمن المعرفة بكيفية التصرف في المواقف التي يعد فيها النموذج أو المعيار الثقافي ملائما، و إلا فإن الجزاءات المتوقعة كفيلا بضبط توافق أو تطابق سلوك الفرد مع الحد الأدنى الذي تفرضه الثقافة و معاييرها.

ولا بد للثقافة لكي تستمر من تحقيق الإشباع لما يمارسها، و خاصة فيما يتعلق بالعادات، و عملية الإشباع لابد لها من تحقيق توازن تتفوق فيه اللذة و الألم، لذلك فالإشباع يدعم العادات و يساندها، بينما ينجم عن قلة الإشباع أن تتطفئ العادات و أن يخبوو هيجها و أن تختفي تماما وهذا تماما و هذا ما يحصل عمليا و يترتب عليه أن ما يناسب جيلا لا يناسب آخر، و من يستطيع التكيف هنا ليس بالضرورة أن يستطيع التكيف هناك و النموذج المثالي الذي يؤدي إلى الإشباع الثقافي في مجتمع ما ليس بالضرورة هو كذلك في مجتمع آخر، لذلك فالثقافة نسبية.

و يترتب على كون الثقافة إشباعية وجود تشابهات ثقافية واسعة المدى بين المجتمعات ناتجة عن الحقيقة القائلة بأن الدوافع الإنسانية الأساسية المتماثلة عالميا تتطلب أشكالا متماثلة من الإشباع.

ويبدو أن مقولة ويسلر بوجود ما يطلق عليه النموذج الثقافي العالمي قد تأسست على هذه المسلمة (32).

8/ الثقافة الانتقائية، وانتقالية و تراكمية:

الأفكار و المعارف يتوارثها الخلف عن السلف عن طريق المخلفات المادية و الرموز اللغوية، كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى آخر، و هي بهذا المعنى تراكمية يستفيد فيها الإنسان من منجزات الجيل السابق و يضيف عليها و تختلف الطريقة التي تتراكم بها خاصية ثقافية معينة كاللغة عن الطريقة التي تتراكم بها سمة ثقافية أخرى كالتكنولوجيا، كما أن انتقال عناصر الثقافة لا يتم بشكل مطرد أو ثابت، بمعنى أن الجيل الذي يتلقى عناصر الثقافة ينتقي منها البعض، ويستبعد البعض الآخر تبعا لظروفه و حاجاته.

إن العادات القديمة تنتقل كما هي إلى الأجيال الجديدة التي تقوم باستبعاد بعضها و الإبقاء على بعضها الآخر و لكن يجب التأكد أن الانتقاء هنا لا يعني اختيار تام في قبول عناصر الثقافة أو رفضها، فهذه العناصر تلو على مشيئتنا إلى حد ما و غاية ما هنالك أن قبولنا الواعي لعناصر الثقافة يجعل لنا نوعا من القدرة على تكيفها تبعا لظروفنا و عدم الاكتفاء بالتلقي السلبي (33).

2-5 القيم:

القيم الثقافية: يعتبر مفهوم القيم من بين أكثر مفاهيم العلوم الاجتماعية غموضا و ارتباطا بعدد كبير من المفاهيم الأخرى و الاتجاهات و المعتقدات و الدوافع و الرغبات و يرجع هذا الغموض إلى أن المصطلح مرتبط بالتراث الفلسفي من جهة و يقع على أرض مشتركة بين مجموعة من العلوم و المعارف من جهة

أخرى

ولكي نعرف مفهوم القيم يجب أن يخضع التعريف لعدد من المعايير منها أن يكون قابلاً للترجمة الاجرائية و أن يكون واضحاً لجهة تميزه عن مفاهيم مقاربة مثل الاتجاهات و المعايير الاجتماعية و أن يكون بعيداً عن الغموض، فنحن حين نقول أن شخصاً ما لديه قيمة معينة فإننا بهذا نصف شخصاً يحتضن أو يتبنى قيمة قيمة محددة يعبر عنها بصورة مختلفة، و حين نقول أن موضوعاً ماله قيمة، فهذا يعني أننا نتحدث عن القيمة بحد ذاتها بمعزل عن الشخص

و على هذا الأساس تناول علماء الاجتماع مسألة القيم فمنهم من درسها على أساس الموضوعات و ما تنطوي عليه من قيمة مثال: "توماس و زنانكي و هانيدى و كاتزوريري"، و منهم من درسها كما يتبناها الأشخاص ألبورت و كلوكهون و ليندزي و ماسلار و تشارلز موريس و إذا كانت القيم ملهمة الأحكام بالنسبة إلى التصرفات و السلوك فهي أيضاً الأساس الضمني لأي نموذج ثقافي و هي تحتوي، معايير للسلوك ذات صفة مميزة مثلاً حالة قواعد السباق و أصول الآداب و القواعد التي تنظم الطقوس و الشعائر

و كثيراً من المعايير التي تقود أفعالنا و توجهها في حياتنا اليومية و سلطة هذه المعايير و النماذج الثقافية لا تعتمد على القوة بقدرها تعتمد على الانتماء إلى القيم لذلك فالارتباط وثيق بين القيم و النماذج الثقافية فالقيم الحقيقية الوحيدة، بنظر عالم الاجتماع هي دائماً قيم مجتمع معين و تشمل المثل التي تتخذها جماعة من الجماعات و تنتسب إليها فالقيم و الحالة هذه خاصة بمجتمع بعينه و بفترة زمنية تاريخية و لأن القيم تتغير في الزمان و تتغير من مجتمع إلى آخر (34)، لذلك فهي نسبية

وهي تتضمن بالإضافة إلى ذلك شحنة انفعالية و تستدعي انتماء عاطفياً و أحاسيس قوية هذه الشحنة من الحساسية هي التي تفسر الثبات النسبي للقيم عبر الزمن، وهي التي تفسر أيضاً المقاومة التي يلاقيها عموماً تغير القيمة و تبدلها داخل أي مجتمع من المجتمعات (35)، و غالباً ما تتعهد الأحاسيس في أن تقلم بين القيم روابط قد يجد العقل وحده صعوبة أحياناً في الدفاع عنها و قد صاغ ميلتون روكيش " miton

roeach" عددا من الافتراضات التي ينبغي أن يبدأ منها تحليل طبيعة القيم الإنسانية، و هي التي تتلخص في ما يلي:

1. أن المجموع الكلي للقيم التي يتبناها الفرد قليلة نسبيا.
2. أن الأشخاص في أي مكان يتبنون بدرجات متباينة مجموعة من القيم العامة.
3. أن القيم منتظمة داخل أنساق للقيمة.
4. يمكن تتبع منابع القيم الإنسانية في الثقافة و المجتمع و الشخصية.
5. نتائج القيم الإنسانية واضحة في كل الظواهر التي تجد المتخصصون في العلوم الاجتماعية أنها جديرة بالبحث.

6-2 أنواع القيم:

أ/ القيمة و المعايير الاجتماعية.

ب/ القيمة و المعتقد.

ج/ القيمة و السلوك.

من خلال هذه الأنواع نستخلص العوامل التالية:

- 1/ أنها معتقدات مصدرها الثقافة و التفاعل الاجتماعي و هي تتطوي على عناصر هي: العنصر المعرفي، و العنصر السلوكي، معرفة لما هو مرغوب و مفضل و هذا ما عبر عنه "كلوكهون" بمفهوم تصور المرغوب فبالرغم أن شخصا ما يتبنى قيمة معينة إنما يعني أنه يعرف الطريق الصحيح للسلوك الذي ينبغي إتباعه من أجل تحقيق هذه القيمة، وهي تتضمن جانبا عاطفيا لأن المرء يسعى للتوافق مع كل ما يتفق مع هذه القيمة و يتجنب ما يخالفها.

2/ أما العنصر السلوكي فهو يفصح عن نفسه من خلال الحقيقة التي مؤديها أن القيم هي متغيرات وسطية تحفز على إنشاء سلوك معين حين تستشار.

3/ أن القيم تفصح عن نفسها في أنماط التفضيل و الاختيار بين البدائل المتاحة، فالقيمة ليست مجرد شيء مرغوب، و هذا يعني تفضيلا لنمط سلوكي في مواجهة نمط آخر كنتائج لعملية مقارنة بينها، و هذا ما يدعو لاعتبار القيمة بمثابة محكات "criteri" ينهض عليها الاختيار و الحكم و التفضيل، بل هي الأسس التي يقوم عليها صنع القرارات الخاصة بأنماط السلوك في مختلف المجالات كأن نقول التعليم شيء جيد لأنه يزيد من الكفاءة الاقتصادية فنحن بهذا القول نشير إلى حكم يحفز الأشخاص على إتباع نمط سلوكي دون الآخر.

4/ فالقيم تبقى دائما على شيء من الالتباس و الغموض و تتضمن بعض الصراع و التناقض، و لكنها مع هذا تتقاسم و تتساكن و الشحنة الانفعالية هي التي تربط القيم برابط وثيق و هذا يؤدي إلى وحدة الأشخاص النفسية و المقصود هنا أن للقيم وظيفة نفسية اجتماعية تظهر عند الأشخاص و المجموعات بما يسمى (أسلوب الحياة) المستوحى من بعض القيم السائدة(36)، إذا فالقيم تسهم في تماسك و تكامل إدراك الذات و العالم و كذلك في نوع من وحدة الحوافز الداخلية للأشخاص*.

2-7 العادات:

من بين العناصر الثقافية تبدو العادات الأكثر عمومية فهي بطبيعتها استجابة لحاجات ثابتة نسبيا و متغيرة و لأنها تستجيب في الزمان و المكان لحاجة اجتماعية تكون مستقلة، و إن وجدت في البداية ضمنها، فإذا كان الطعام حاجة اجتماعية ثابتة فإن عادة تحضير الطعام و كيفية صنعه و طريقة تقديمه و تناوله خاضعة جميعها لمقولة الزمان و المكان، فالحاجة هنا ثابتة، أما عادة اشباع هذه الحاجة فهي متغيرة*.

كما يتخلص مفهوم العادة الاجتماعية مسألة التكرار لعملية معينة، أو النشاط اللاشعوري أو اللاوعي لعملية ما، و الناتج عن التكرار فعل حتى لو كان فعلا اجتماعيا(37).

إن مفهوم العادة أضيق من المفهوم الاجتماعي لهاته الكلمة، و قدة عبر "بيار بورديو" عن ضيق مفهوم العادة في كتابه (الحس العملي) حيث عبر عنه بمفهوم(38) "Habitus" أي النزوع الشخصي الاجتماعي، فهذا المفهوم يشير إلى عملية انتاج الأفكار الاجتماعية، ثم إعادة إنتاجها مع تغير الظروف الاجتماعية أيضا و استمرارية هذا النشاط، مع استمرارية تطور المجتمع و التفاعل الدائم بين الاثنين أي النزوع الشخصي الاجتماعي.

و المجتمع الذي يتحرك فيه هذا النزوع ما هو إلا هاجس معرفي الذي يشغل المجتمع في الزمان و المكان، فإذا توصل عمليا إلى اشباع هذا الهاجس أو تخطاه ظهر له هاجس جديد، وهم جديد يحاول الاجابة عنه في جولة جديدة من التفاعل بين المجتمع و مفاهيمه من أجل انتاج مفاهيم جديدة تجيب عن هواجس و هموم جديدة(39)، و تنقسم العادات التي يكتسبها الفرد إلى عادات فردية و أخرى جماعية.

2-8 الأعراف:

كما أستخدم مصطلح mores و customs أحيانا كثيرة للدلالة على الأعراف، في القانون العرف هو ما درج الناس إتباعه من قواعد معينة في شؤون حياتهم و شعورهم بضرورة احترامها، لكن أشهر تعريف، عند علماء الاجتماع هو ما ذهب إليه سمنر عندما أشار إلى أن الأعراف هي تلك السنن الاجتماعية التي تدل على المعنى الشائع للاستعمالات و العادات و التقاليد و المعتقدات و الأفكار و القوانين و ما شابه ذلك، و بخاصة عندما تحوي حكما، و بخاصة عندما تحوي حكما، إنها تحوي جانبا كبيرا يطلق عليه الصواب أو الخطأ و ذلك من خلال طرق السلوك المتنوعة، كما يمكن أن تمثل أيضا الحكم و الأمثال و الأغاني الشعبية و القصص الأدبية التي تعتبر مظهرا من مظاهر التراث الثقافي.

لقد كان العرف في الجماعات الإنسانية الأولى هو المصدر الوحيد الذي تتبع منه قواعد القانون، و مازال للعرف أهمية كبيرة في مجتمعات كثيرة على الرغم من تطور هذه المجتمعات و اتخاذها التشريع مصدرا لقوانينها، فمازال العرف في بريطانيا مثلا: أهمية كبيرة، و القانون فيها يتكون من السوابق القضائية و العرف فضلا عن القواعد التشريعية.

يتكون العرف أساسا في ضمير الجماعة بطريقة لا شعورية و تدريجية فقد يتبع شخص أو أكثر قاعدة ما في تصرفاته، حتى إذا ظهر صلاح تلك القاعدة و اتفقت مع ظروف الجماعة و حاجاتها، لجأ باقي الأفراد بإتباعها مدفوعين بغريزة التقليد و السير على المألوف، فالجماعة إذا تتبع العرف في السير على نهجه أمدا طويلا(40).

و الفرق بين العادة الجماعية و العرف هو فرق تكويني، فلكي يتكون العرف لابد من توفر عاملين:

1. **الأول:** مادي و يتمثل بعادة قديمة و غير مخالفة للنظام العام.
2. **و الثاني:** معنوي و يتمثل بأن يشعر الناس بضرورة احترام هذا العرف و بأنه يوجد هناك جزاء يقع عليهم إذا خالفوه، أما العادة فلا يلزم لنشئها إلا توفر العامل المادي و هم يحترمونها بالتعود، و هكذا فالعادة عرف ناقص إذ يعوزها لتصبح عرفا أن يشعر الناس سواء رغبو تطبيق حكمه أم لم يرغبوا أما العادة فهي ليست قانونا، وهي لا تلتزم الناس بذاتها، و إنما تطبق عليهم إذا قصدوا اتباع حكمها، وفي هذه الحالة لا تطبق العادة على أنها قانون و إنما على أساس أنها شرط بين المتعاقدين.

2-9 التقاليد:

لغويا أشتق مفهوم التقليد في الجذر من قلد و قلدته قلادة أي جعلتها في عنقه و منه التقليد في الدين و كأن المعنى يفيد المحافظة على الأمانة و ذلك بوضعها في العنق.

- **سياسيولوجيا:** اكتسب مفهوم التقليد بعدا جديدا يعبر عن مدى ارتباط حاضر المجتمع بماضيه، كما يشكل أساس مستقبله، لذلك جاء هذا المفهوم ليعبر عن ارتباط الإنسان الاجتماعي بترائه المادي و الروحي، و محاولة بعثه من جديد عن طريق إعادة انتاجا ماديا و روحيا بإقامة الاحتفالات المعبرة عن مناسبات معينة، فترتدي في كل احتفال منها طابعا خاصا به و أنواعا معينة من السلوك الطقسي و الرمزي و غالبا ما يكون غير مفهوم أو غير مفكر فيه فيأخذ طابعا شعبيا و منحنى فلكوريا ينتهي عادة بانتهاء المناسبة الاحتفالية، إلا أنه يبقى راسخا في وعي أو لا وعي الجماعة التي تتناقله جيلا عن جيل، و يشعر نحوه بقدر كبير من التقديس و ترى أنه من الصعب بل من المستحيل العدول عنه و هذا ما يميزها التقاليد عن العادات(41).

و التقاليد بهذا المثل من عناصر الثقافة التي تنتقل من جيل إلى جيل آخر عبر الزمن و تتميز بوحدة أساسية مستمرة (42) وهذا نمط سلوكي يتميز عن العادة بأن المجتمع يقبله عموما دون دوافع أخرى عدا التمسك بسنن الأسلاف(43)، و تعرف التقاليد وفق هذا التوصيف السوسيولوجي بأنها عبارة عن مجموعة من قواعد السلوك الخاصة بطبقة معينة أو طائفة أو بيئة محلية محدودة النطاق، وهي تنشأ عن الرضا و الاتفاق الجمعي على إجراءات و أوضاع معينة خاصة بالمجتمع المحدود الذي تنشأ فيه، لذلك فهي تستمد قوتها شأنها في ذلك شأن العدالة و العرف من قوة المجتمع أو الطبقة أو البيئة التي توافقت عليها أو تفرض سلطتها، و بالتالي على الأفراد ذاتهم.

ولقد اعتبر البعض و منهم هو بهاوس أن تقليد السلف هو (غريزة المجتمع) أو القاعدة التي تسير بموجبها مجريات الأمور، فالتقليد إذا ما هو إلا عادة فقدت مضمونها و لم يعد من الممكن أحيانا التعرف على معناها الأصلي، و إنما يمارسها الإنسان لمجرد المحافظة، و هو في الأخير شكل من أشكال الرواسب الثقافية في المجتمع لها السلطان على نفوس الأفراد.

كما تتغير العادات باستمرار يفعل الاحتكاك بالغير، أما التقليد فهي ثابتة تحفظ تماسك الجماعة ثقافيا بالاستناد إلى معطيات ثابتة تحفظ تماسك الجماعة ثقافيا بالاستناد إلى معطيات ثابتة على صعيد المعتقد الديني أو القاعدة الاقتصادية أو المعطيات البيئية و الجغرافية العامة، حيث لا يحتاج تغيير العادات إلى الكثير بل يحتاج فقط إلى لقاء مع ثقافة أخرى عن طريق الاحتكاك المباشر.

أما تغير التقاليد فيحتاج عادة إلى تغير في النظام السياسي و الاقتصادي القائم فإما أن يتبدل جذريا نظام الانتاج الاقتصادي كما حصل إبان الثورة الصناعية في أوروبا في القرن التاسع عشر و إما أن تحدث كارثة سياسية عسكرية ما تغير في المعتقد الديني مع استبداله بالقوة، و تؤدي إلى تنصيب سلطة تعمل على تأمين الاستمرارية لهذا الواقع، و إما أن تحدث كارثة طبيعية تغير جذريا في معالم الواقع السابق(44).

يرافق التقليد سلسلة من العادات يمكن للناس أن يقوموا باستبدالها بسهولة دون إثارة ضجة، نذكر مثلا كل ما يدخل في باب العزاء خاضع لإمكانية التغيير طبقا للتغيرات الحاصلة في المجتمع في اللباس و تناول الطعام و إعلان الخبر و مظاهر الحداد... إلخ فالتغير في هذه الأمور يتم بطريقة لا شعورية و هي يحسب سمنر قوة في ذاتها بحيث يمكن القول أنه ليس هناك عقيدة و بنية أو قانون أخلاقي أو دليل علمي يمكن أن يداني في سيطرته على الناس سطوة الاعتقاد على عمل معين(45)، تلازمه مشاعر و حالات ذهنية شبوا عليها منذ طفولتهم الأولى.

و تتميز الشعائر عن العادات الفردية بأنها مصحوبة دائما بحس خاص بالجبرية أو الالزام عند الذي يجيد عنها على أية صورة؟، بحيث يؤخذ عليه أنه ارتكب خطأ أو عملا غير مرغوب فيه لا على أساس نفعي و إنما لأن خروجه من المألوف قد خدش أو عطل نظاما جاريا، ضايق الغير في عدم الاستجابة العاطفية المناسبة التي تقضي إقامة الشعائر كحالة الذي فطر في رمضان، أو امتنع عن إقامة العزاء و إن كان هذا التصرف لا يقلل من أهمية الشعائر بحد ذاتها.

و المظهر الغالب للشعائر و الطقوس أنها من طبيعة دينية، و هي تتطوي من جانب منها على مجموعة من المحرمات المقدسة، المعروفة باسم (التابو)، و هي تشير إلى مجموعة من الأمور و الأفعال و المواقف التي يجب على الأفراد القيام بها و بخاصة أنها تستند إلى الجزاء الديني و الرادع الخلفي، و كثيرا ما تعتبر الشعائر و الاحتفالات العامة المصاحبة لها شيئا واحدا و مع ذلك فالاحتفال شيء أعم و أشمل تتدرج تحته الشعائر، و هي عبارة عن إجراءات مقررة ذات طبيعة تتصف بالرسمية و الوقار، كما أن العادات تتغير بسهولة نسبيا غير أن كل تغيير جوهري على التقليد يعابر كسرا للبنية ككل و يثير الاستنكار و المحاربة الشرسة.

يبين لنا التقليد كم أن التاريخ حاضر في أذهان البشر و تصوراتهم ووعيهم، و يبين لنا كم أن الذاكرة الشعبية هي حاضرة في ممارسات و طرائق التدوق، و الانفعال عند الناس في حياتهم العملية و اليومية، فالتاريخ كمحطة لتجارب البشر لم يعد بعدا للثقافة و المعرفة فحسب بل أصبح جزءا منه، و تنوع مصادر التقليد يجعل مصادر التأثير التاريخي مختلفة التجلي في وعي الإنسان تارة، وأن نماذج الماضي هي واعية عبر التراث، تارة أخرى هي أقل وعيا و مقبولة بشكل شبه عفوي، كما يحصل مع مختلف عناصر الثقافة الشعبية (46).

3- المضامين التربوية

- 1-3 تعريف التربية
- 2-3 دور الوالدين في تربية أولادهم .
- 3-3 أهم وصايا الغزالي للأب في تربية طفله.
- 4-3 وظيفة التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية التقليدية.
- 5-3 وظيفة التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية الحديثة.
- 6-3 العوامل المؤثرة في التنشئة الاجتماعية في إطار الأسرة.
- 7-3 خصائص الأسرة الجزائرية.
- 8-3 ما يجب على الوالدين و المربين مراعاته في تنشئة أبنائهم.

تمهيد:

للتربية دور مهم في حياة المجتمعات والشعوب ، فهي عماد التطور والازدهار ووسيلة مهمة للبقاء واستمرار الأسرة ثم المجتمع بدونها يختل التوازن ويعجز الآباء على تنشئة أبناءهم تنشئة صحيحة والتي بدورها تشكل عنصر فعال داخل الأسرة ، وبالتالي فوجود التربية ضروري وهذا ما دفعنا لدراستها بشكل دقيق والتعمق في حيثياتها مارين بذلك على التنشئة الاجتماعية ووظائفها في الأسرة التقليدية والحديثة وعواملها وما يجب على الآباء فعله لتحقيق تنشئة سليمة لأبنائهم.

3-1 تعريف التربية: يمكن تعريف التربية بأنها عملية تعليمية منذ الولادة و حتى سن البلوغ و توفير الاحتياجات الأساسية له و التي تشمل النمو الجسدي، و التطور العقلي و الفكري و توفير الأمان و الحماية و ذلك لأنها تعد من الواجبات الأساسية الملقاة على عاتق الوالدين أو أولياء الأمور المسؤولين عن الطفل أو حتى دور الأيتام.

♦ يستخدم الآباء أسلوب المكافأة و العقاب لتربية الطفل و يعد العقاب الجسدي أسلوبا غير فعال في تقويم السلوك (47).

3-2 دور الوالدين في تربية أولادهم:

1/ دور الأم في تربية الطفل: الأم هي العنصر الأول في تلقين الطفل السلوك الاجتماعي، فهي التي تساعد على استيعاب أولى اختياراته عن النظام الاجتماعي و هي التي تزرع في نفسه أولى المخاوف و التطلعات، كما تقدم له أولى المناسبات لاختياره شعوره بذاته و بالآخرين(48)، فدورها يعد أكثر أهمية في تربية الطفل خاصة في السنوات الأولى من عمره و ذلك لأنها تكون أكثر التصاقا به، فعاطفتها تكون أقرب من عاطفة الأب نحوه فهي التي ترضعه و هي التي تقضي معه أكثر الوقت، و هنا جاءت أهمية اختيار

الأم الصالحة، ذات الدين حيث يقول " الرسول صلى الله عليه و سلم " « تتكح المرأة لأربع، لمالها و لجمالها، و لحسبها، و لدينها، فاظفر بذات الدين تربت يداك »

♦ فاختيار أم الأبناء يعتبر بمثابة بداية لتربية الأبناء على تربية صحيحة.

2/ دور الأب في تربية الطفل: لا يقل دور الأب في تربية الأبناء أهمية عن دور الأم إلا أن كثيرا من الآباء يعتقدون أن مسؤولية تربية الأبناء تقع على كاهل الأم فقط، و أن مسؤوليتهم تتمثل في توفير الحاجات المادية من مأكّل و مشرب فقط و لهذا تجدهم يقضون معظم وقتهم خارج البيت فالأب في العائلة العربية كما يرى «هشام شرابي» يمثل دور أقل بروزا من دور الأم، خاصة في السنين الأولى من حياة الطفل و هذا صحيح بنوع خاص في العائلة الكبيرة فالأب يبقى في حياة الطفل الأولى صورة بعيدة بعكس الأم (49) فالواقع للأب دور كبير في تربية الأبناء لا يقتصر فقط على الانفاق و الكسوة و توفير أسباب المعيشية بل يتعدى ذلك إلى تعليم أولاده قيم المجتمع، ونوع السلوك السنوي الذي يحفظهم من الانحراف و الضياع ووجب عليه أن يجلس معهم و يلاعبهم و يستمع إليهم في كل شيء يسألون عنه كما عليه أتن يأخذهم معه إلى المسجد و ؟إلى زيارة الأقارب و الأصحاب لأن في ذلك تفتح اجتماعي سليم عند الأطفال و تشرب للقيم التي يلمسونها عند والدهم(50)، ووجب على الوالد أن يكون أمرا و ناهيا أي أن ينبه أبنائه في كل مناسبة إلى ما يجب و مالا يجب أي أن يكون دائما حريصا على تتبع سلوك أبنائه خاصة في تقديم القدوة الطيبة لهم و التي تعتبر من أعظم وسائل التربية و أكثرها أهمية و فعالية فالطفل تجده دائما يقلد من حواليه و خاصة والديه في طريقة الكلام و في المعاملات و في كيفية تعامله مع الناس.

و تعد طريقة الثواب و العقاب أيضا من الوسائل الهامة التي يجب على الأب أن يستعملها في تقويم سلوك أبنائه أي أن يجازي ولده و احسانه ويعاقبه على اساءته حتى لا يرجع إليها ثانية.

و يمكننا أن نقدم مدى مسؤولية الآباء على أبنائهم انطلاقاً من أن الطفل يولد معتدلاً صحيح الفطرة، حيث يؤكد الغزالي أن المسؤولية الكبرى يتحملها الوالدان و كل من يوكل إليه أمر الكفل فيقول، «الصبي أمانة عند والديه

قلبه الطاهر جوهرة نفسه ساذجة خالية كل نقش و صورة، وهو قابل لكل نقش و مائل إلى كل ما يمال إليه فإن عود الخير و علمه نشأ عليه و سعد في الدنيا و الآخرة، و شاركه في ثوابه أبوه و كل معلم له و إن عود الشر و أهمل اهمال البهائم شقي و هلك و كان الوزر في رقبة القائم عليه و الوالي له « (51)، بمعنى أي أن الطفل يولد و هو كالصفحة البيضاء خالي من كل خدش، أو نقش، لا يحمل في قلبه سوء فإن أحسن والده تربيته أو إلى من يوكل إليه ذلك فإنه ينشأ على هذا و سوف يكون سعيداً في دنياه بتربيته الحسنة و إن أساءوا تربيته فإن سوف يعيش حياة شقاء و تعب و يهلك من حوالبه بتصرفاته المنحرفة، و تعود مسؤولية ذلك على من قام بتربيته.

وذلك نقول أن تربية الطفل تبدأ أولاً في نطاق الأسرة و التي فيها يكتسب الطفل قيمه و معارفه و فيها يعرف الحق من الباطل و الخير من الشر، أي أن الأسرة (تعد الجماعة الأولية التي تكسب الشيء الجديد خصائصه الاجتماعية الأساسية، أي أنها الوسيلة الرئيسية للتنشئة الاجتماعية (52).

3-3 أهم الوصايا التي ذكرها الغزالي للأب في تربية طفله نذكر ما يلي:

- أن يؤدب ابنه و يعلمه محاسن الأخلاق و يحفظه من قرناء السوء.
- أن لا يحبب إليه الزينة و أسباب الرفاه فيضيع عمره في طلبها إذا كبر فيهلك هلاك الأبد.
- أن يعلمه كثيراً من آداب الطعام.
- يجب أن يمنع من كل ما يفعله خفية، فإنه لا يخفي إلا ما يعتقد أنه قبيح.
- يجب أن يمنع من لغو الكلام و من اللعن و السب.

- إذا بلغ سن التمييز فينبغي أن لا يسمح في ترك الطهارة و الصلاة.
- يؤمر بالصوم في بعض أيام رمضان، ويعلم كل ما يحتاج إليه من أمور الشرع (53).
- كما على الوالد أن يراعي تأثير المحيط على تربية ولده أي يراقب عن قرب من يميل ولده إليهم ليكون على بنية من سلوكه الاجتماعي، فيعمد بعد ذلك إلى أن يرحب بالأخيار منهم و يحفظه من قرناء السوء (54).
- ولعملية التنشئة الاجتماعية أهمية ووظيفة تربوية هامة في تربية الطفل و تنشئته و تدخل داخل إطار هذه التنشئة، التنشئة الدينية، و التي سوف يكون تركيزنا عليها.

3-4 وظيفة التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية التقليدية:

تتم عملية التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية التقليدية بمشاركة كل أفراد الأسرة حيث الطفل لا يبقى دائما يجنب أمه لصيق بها و إنما للإخوة و الأجداد و الأقارب كالعَم و الخال أيضا دورهم التربوي في تربية الطفل و بهذا تكتسي عملية التنشئة الاجتماعية سابق جماعيا تبعا للحياة الاجتماعية فالأسرة الكبيرة، أي التي تلقن الطفل القوانين و القواعد التي تقوم عليها حياته (55) و بالتالي فالطفل في هذه المرحلة يمر بمراحل غير متفرقة في تنشئته و في تربيته و بصفة عامة نجد الأسرة التقليدية تعمل و بشدة على تثبيت ملامح الضمير الخلقي عند الطفل فهي تكسبه بعض العادات للبدن و الروح، و تعلمه كيف يمكنه التعامل إزاء الآخرين (56)، فكل ما يتلقاه الطفل في هذه المرحلة المبكرة من العمر أن يلاحظ عادات محيطة و يتعلم السلوكات الواجب القيام بها... و هذا لا يترك له المجال لبروز فرديته (57).

♦ و يتحدد دور الأب في التنشئة الاجتماعية لأبنائه من خلال إعالته لأسرته و تلبية حاجيتها من مَأكل و مشرب و ملابس و كذا حاجيات الأبناء فالتنشئة الاجتماعية التي يتلقاها الطفل من أبيه في ذات العلاقة سلطوية فأول ما يتعلمه هو احترامه و طاعته و الخوف منه... فسلطته، كسلطة إلهية بيد كائن بشري

و الطاعة التي يحظى بها لها منبعها من الطاعة و الخضوع لله و هي مشبعة بالتقاليد تضع الأب على قاعدة أساسية إنه الكل و شخصيته هي السائدة (58).

أمام هذه السلطة المطلقة للأب يجد الطفل نفسه أمام امتثال و خضوع لما هو موجود في التقاليد فالأب يحافظ على حدود مكانته و الأطفال لا يتكلمون أمامه و لا يصطحبونه إلى المسجد إلا عندما يبلغون سن العاشرة فهم يبقون رؤوسهم مطأطأ و صامتين من أجل خضوع كامل للأب ... فالأب المحافظ لا يحتكر لنفسه مبدأ السيطرة و السلطة و لكن عند كل جزائري يملك شعورا وراثيا لعملية السيطرة فهي متأصلة في الدم و الأب الذي لا يعرف كيف يحكم ليس برجل (59)، و أمام هذا نجد الأب ينتظر في المستقبل أن يلعب أبناؤه نفس الدور الذي لعبه و يحظون بنفس المكانة التي حظي بها هو و أن تقوم على أيديهم السلطة الأبوية في المستقبل، و نجد إلى جانب الأب، الجد الذي دوره لا يقل أهمية عن دور الأب في تنشئة الأبناء، فالجد أو الجدة هما اللذان يتدخلان لينقذا أحفادهم من عقاب الوالدين و ليمنحا للطفل كل ما يحتاج إليه من حنان من خلال القصص و الحكم و الأمثال الشعبية و التي تكون أغلبها تربية نابعة من ديننا الحنيف، و تترك أثرا كبيرا من المواعظ و الدروس تكون بمثابة سلاح، و الأطفال يتسلحون به في حياتهم اليومية إضافة إلى ذلك نجد الجد يصطحب معه أحفاده إلى الخارج للتسوق و التنزه و بهذا فهم يعطون الثقة الكاملة لأحفادهم.

♦ أما دور الأم في عملية التنشئة الاجتماعية، داخل الأسرة الجزائرية التقليدية يعد من أهم الأدوار التي يقوم بها الأعضاء الآخرون فهي المسؤولة الأولى عن تربيته منذ أن يكون رضيعا و هي التي يقضي معها معظم وقته في البيت عندما يكون طفلا و بالتالي نجدها تكون مستعدة لأن تغرس في ابنها نوعية القيم و الأفكار التي تحدد له قيمة الاجتماعية و كذا دوره الاجتماعي فالطفل يولد بنفس صافية و بريئة

و مهينة للخضوع لسمات التقاليد و الاكتساب العادات فالممارسات اليومية المتكررة تعتبر من الوسائل التربوية الأولية المعطاة منذ السن المبكرة من خلال تجربته الشخصية (60).

♦ و بعد المرحلة الأولية من تنشئة الطفل يبدأ في الاندماج داخل محيطه يقلد الحركات التي يراها أمامه و يستمع للأقوال و القصص و الأمثال الشعبية... و يعرف النواهي التي تحدها الأسرة و يحضر الحفلات و الأعراس فبفضل الأسرة يقتدي فكر الطفل...بذهنية الجماعة إذ ترسخ فيه قواعد الأدب و حسن السلوك التي هي بمثابة القاعدة الأساسية للتربية (61)، و حينما يرتكب خطأ فإنه ينال عقابه لبدني في أغلب الحالات و إذا ابتعد عن الخطأ فإنه سوف يكافأ.

♦ و عندما يصل الطفل بين الخامسة و السادسة تهيء أغلب الأسر التقليدية أبنائها للدخول إلى المدرسة القرآنية أو المسجد حيث يقدم الطفل إلى الطالب أو المؤدب برفقة أبيه و في بعض الأحيان برفقة أخيه الأكبر و في يوم الدخول يحمل الأهل للطالب بعض الحلويات و الشاي و التي تسمى بالفتوح لتكون فاتحة خبر على التلميذ الجديد من استعداداته الذكائية (62).

♦ و كخلاصة لدور الأم يمكننا القول بأن دورها ذو أهمية كبيرة في تنشئة الأبناء حيث تعد هي الأساس في تربيتهم و التربية التي تمنحها لأبنائها تكون نابعة من قيم و عادات الأسرة التقليدية كما أن دور الأب لا يقل أهمية عن دور الأم فهو المعيل الأول للأسرة، و هو الذي يعمل على اصطحاب أبنائه للمسجد لأداء الصلاة و لتعلم القرآن الكريم، و هو الأمر الناهي عن كل منكر في البيت و الذي يعمل على أن يكون أبنائه على أحسن تربية.

3-5 وظيفة التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية الزوجية (الحديثة):

تختلف وظيفة التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية الحديثة عما كانت عليه في الأسرة التقليدية و هذا راجع لعدة عوامل ساهمت في ذلك كنزوح معظم الأسر من الريف إلى المدينة و تغير طبيعة العمل و كذا انتشار التعليم ووسائل الإعلام المختلفة التي كان لها التأثير الكبير في تغير التنشئة الاجتماعية (63).

♦ فيروز المدرسة كمؤسسة للتنشئة الاجتماعية و كمنبع و منهل لبث القيم يفقد العائلة بعض وظائفها كما يهدد كيانها الداخلي رغم الإيجابيات التي تحملها المدرسة للأسرة فالمدرسة تقوم بغرس قيم و معايير أخرى للفرد ربما غير تلك التي عهدتها في العائلة لأن خطابها غالبا ما يكرس في الفرد الفكرة التي مفادها أنه ابنا للمجتمع (أي مواطن) وليس ابنا لوالديه فقط و هذا ما يجعل الصراع بين العائلة و الابن من جهة، و العائلة و المدرسة بقيمها من جهة أخرى محتدما، كما أن الارتفاع المستوى التعليمي للأبناء مقارنة بما هو عليه مستوى أوليائهم يجعل من الأب يغير موافقه تجاههم فتلك السيطرة التي يظهرها الأب من قبل تقل لتعوض بقيم أخرى كالأخوة و الاقناع.

♦ أما عن وسائل الإعلام كالتلفزيون و المذياع فإنها تساهم في زعزعة النظام الداخلي للعائلة خاصة على مستوى النسق القيمي و هذا كع العلم بأن القيم و الرموز التي تبثها هذه الوسائل خاصة التلفزيون من نتاج دائرة ثقافية أخرى مختلفة عن المعادلة الاجتماعية أو البنية التقليدية للمجتمع الجزائري و عن معطياته السوسيو ثقافية (64)، من ما يقلل من الاتصال داخل العائلة بين الآباء و الأبناء.

♦ و الشيء الملاحظ في الأسرة الجزائرية الحديثة هو غياب الآخرين كالجد و الجدة و الأعمام الذين كانوا يمثلون دورا تربويا داخل الأسرة الجزائرية التقليدية ففي الأسرة الزوجية غالبا ما نجد الجد و الجدة متواجدان فيها و بهذا فإن نوعية التنشئة الممارسة داخلها تبقى في غيابها محصورة بين الأب و الأم فقط

كل هذه العوامل و غيرها جعلت من الأسرة تتغير و تعمل من أجل أهداف تربية جديدة من أجل تربية لائقة بالطفل.

3-6 العوامل المؤثرة في التنشئة الاجتماعية في إطار الأسرة:

تتأثر التنشئة الاجتماعية للطفل في الأسرة بكل ما يحيط بها من مؤثرات ثقافية و اجتماعية و اقتصادية و انفعالية تتحدد في ضوءها استجابات الأطفال و تكيفهم و نمو شخصيتهم و يؤكد (بيرت) على أهمية هذه العوامل الأسرية بقوله « إن أشيع العوامل و أكثرها خطرا و تدميرا على حياة الفرد هي العوامل التي تدور حول الحياة الأسرة في الطفولة(65)، ومن هذه العوامل التي تتأثر بها التنشئة الأسرية ما يلي:

1- الظروف الاجتماعية و المادية و الثقافية التي تعيش الأسرة في وسطها(66)، فكثيرا ما يكون لها تأثيرا في تحديد مستقبل الطفل الاجتماعي و مستقبله المهني و ذلك لأن حياته المهنية مشروطة بتعليمه فالطفل الذي يولد في أسرة فقيرة يواجه صعوبات و عقبات متعددة منها انخفاض مستوى المعيشة وازدحام المسكن و عدم توفر الشروط الصحية المناسبة و سوء التغذية و نقص فرص التعلم كل هذه العوامل يكون لها تأثيرا على تربية الطفل و التي قد تجعل منه فردا منحرفا حيث أكدت الكثير من الدراسات على أن نسبة الأطفال المنحرفين ترتفع عادة في الأسر التي تنتمي إلى الطبقات الدنيا(67).

2- مركز الطفل بين إخواته كأن يكون البكر أو الوسط أو الأصغر (68)، فكثير من الأسر يكون اهتمامها بالطفل الأول خاصة إذا كان ذكرا يختلف عن اهتمامها بالأطفال الذين يأتون بعده و هذا ما يكون له تأثير بالغ في شخصيات الأطفال و في نوعية العلاقة التي تنشأ بينهم و بين المحيطين بهم.

3- العلاقات الاجتماعية السائدة بين الوالدين و بين الآباء و الأبناء لها تأثير مباشر على التنشئة الاجتماعية للأطفال فضيق المساكن يضطر أفراد أسرة كاملة أحيانا إلى المبيت في غرفة واحدة و لاشك أن ذلك يؤثر تأثيرا واضحا على عملية التنشئة الاجتماعية و أيضا على تفاعل العلاقات داخل الأسرة فالطفل يستمتع منذ نعومة أظافره إلى الخلافات الدائرة بين الأم و الأب و بين الأخوة و الأخوات (69)، و هذا ما يؤثر على طريقة تربيته.

4- علاقة الإخوة ببعضهم البعض و التي تتوقف على نوع المعاملة التي يتلقاها الأبناء من الآباء حيث أنه إذا كانت هناك مساواة في المعاملة بين الأبناء أدى إلى زيادة التعاون فيها بينهم فالأب إذا كان يساوي بين الذكر و الأنثى و بين الصغير و الكبير هنا تنشأ علاقة محبة و تعاون بين الأخوة.

5- أعمار الآباء و الأبناء فالأطفال من آباء متقدمين في السن يتلقون تربية تختلف عن أطفال الآباء صغار في أعمارهم.

6- عدد أفراد الأسرة فالتنشئة الاجتماعية في الأسرة التي يكون عدد أفرادها كبيرا تختلف عن التنشئة في الأسر صغيرة العدد (70) أي كلما قل أفراد الأسرة كلما تحكّم الوالدان أكثر في تربية الأبناء.

3-7 خصائص الأسرة الجزائرية:

♦ تمتاز الأسرة الجزائرية بخصائص اجتماعية متنوعة حسب ما كشفت عنه الدراسات المهمة بدراسة العائلة الجزائرية و التي تتميز بنوعين من الخصائص: "خصائص اجتماعية تقليدية، و خصائص اجتماعية حديثة أو معاصرة".

1/ الخصائص الاجتماعية للأسرة التقليدية: تتميز الأسرة الجزائرية التقليدية بخصائص اجتماعية

متنوعة و أهمها:

- العائلة الجزائرية هي عائلة بطريقة الأب فيها الجد هو القائد الروحي للجماعة و ينظم فيها أمور تسيير التراث الجماعي و له مرتبة خاصة تسمح له بالحفاظ و غالبا بوساطة نظام محكم على تماسك الجماعة المنزلية (71).

- العائلة الجزائرية هي عائلة موسعة (الأسرة) حيث تعيش في أحضانها عدة عائلات زواجية و تحت سقف واحد «الدار الكبيرة» عند الحضر (و الخيمة الكبرى) عند البدو إذ نجد من عشرين إلى ستين شخص و أكثر يعيشون جماعيا(72).

- العائلة الجزائرية التقليدية هي جماعة من الأشخاص التي تعيش في كتف حام لها، و هناك شكلين من العائلة يمكن تحديدها هنا عائلة مركبة من بيت الأب و أبنائه المتزوجين و على عائلة مركبة من مجموعة من البيوت المجموعة من الأخوة و بالطبع من أبنائهم المتزوجين و على العموم فإن من عشرين إلى ثلاثين من الأقرباء يعيشون جماعيا، و في بعض الحالات يصل عددها أو يفوق الخمسين (73) و هذه الخاصية للحياة الجماعية داخل الأسرة التقليدية هي بالدرجة الأولى ميزة البناء الاجتماعي الريفي إذ تجمع هؤلاء الأفراد جميعا قرابة الدم و الانحدار من نسب وجد واحد و هي ممتدة على العموم نظرا لبعض العوامل الاقتصادية و الثقافية، كضرورة تجمع جميع أفراد العائلة للعمل في القطاع الفلاحي الذي يتطلب يد عاملة كثيرة .

- و الخاصية الجماعية الأساسية بالدرجة الأولى التي تشارك فيها الأسرة الممتدة هي تدخل أغلب أعضائها في مسألة تربية الأبناء حيث نجد إلى جانب الوالدين تدخل الجد و محاولة الأشقاق على الطفل

و حمايته عندما يقسون عليه الآباء عما نجد تدخل الأقارب كالخال و العم و العمة و محاولة تربية الطفل حسب رغباتهم.

و بصفة عامة يمكننا القول بأن العائلة التقليدية تمثل إحدى نماذج العائلة العربية الإسلامية باعتبارها النموذج العمودي الأبوي حيث تحتوي على ثلاثة أجيال: الأجداد، الآباء، و الأحفاد الذين يسكنون مع بعض تحت سقف واحد مهما ارتفع عددهم و ذلك بحكم انتمائهم إلى نفس العائلة و بهذا المفهوم فإن العائلة الجزائرية التقليدية هي تلك العائلة الممتدة الواسعة الحجم و التي تحتوي على عدة عائلات صغيرة نووية يعيشون تحت سقف واحد داخل ما يسمى بالدار الكبيرة عند الحضر أو الخيمة الكبيرة عند البدو (74) و إلى جانب هذه الخصائص الاجتماعية التي سبق ذكره فإن هناك العديد من الخصائص التي لا يمكن حصرها هنا كلها، و لكن ما يمكن قوله هو ما مدى استقرار هذه الخصائص الاجتماعية التقليدية و ما مدى تغيرها خاصة إذا علمنا أن الظروف الاجتماعية و التاريخية التي مر بها المجتمع و الأسرة الجزائرية كان لها الدور الكبير في بروز خصائص جديدة لنمط الأسرة الجزائرية الحديثة و التي تحمل حتما أنماط مختلفة أو متقاربة مع الأسرة التقليدية الحديثة أو الزواجية.

2/ الخصائص الاجتماعية للأسرة الجزائرية الزواجية: تتميز الأسرة الجزائرية الحديثة كما يرى

(محمد السويدي) بتقلص حجمها من النظام الأسري الممتد إلى النظام الأسري النووي فبعد أن كانت الأسرة الجزائرية في طابعها العام أسرة ممتدة أصبحت اليوم تتسم بصغر الحجم فالريف الجزائري الذي كان يمثل طابع الحياة الاجتماعية القائم على الاقتصاد الزراعي و تربية الماشية في مقابل المراكز الحضرية المحدودة العدد و السكان أصبح اليوم يتجه نحو الانكماش في مقابل النمو السريع للمراكز الحضرية (75).

♦ فالسياسة التصنيعية التي انتهجتها الجزائر منذ السبعينات أدت إلى بروز ظاهرة الهجرة الداخلية المكثفة و هذا من الأرياف إلى المدن قصد الرفع من مستوى المعيشة و هذه الظاهرة تتعكس أكثر و لو

ظاهريا على نمط العائلة (76)، و طبيعة الزواج و سرعان ما انسجمت هذه الأسر النازحة بأشكال متفاوتة بحسب الفروق الاجتماعية التي غيرت من بعض أو من أغلب خصائصها التقليدية و أولى هذه الخصائص كما سبق و أن ذكرنا تقلص حجمها من النظام الأسري الممتد إلى النظام الأسري النووي.

♦ ولكن رغم هذه التغيرات التي حدثت على الأسرة الجزائرية إلا أنها بقيت إلى حد بعيد محافظة و متمسكة بقيمها و ببعض وظائفها التقليدية بحيث نلاحظ أن هذا الشكل الجديد الذي بدأت تتسم به المراكز الحضرية يتميز بكثرة الانجاب إذ يتراوح معدل أفراد الأسرة الزوجية بين خمسة و سبعة أفراد و بقائها محتفظة في كثير من الأحيان بوظائف الأسرة الممتدة و من ثم يمكن القول أنه بعد الاستقلال بدأت تتشكل بوضوح أسرة جزائرية تجمع بين خصائص الأسرة الحضرية ووظائف الأسرة الريفية و هذا على مستوى الجيل الأول و الثاني من النازحين أما الجيل الثالث ففي الغالب يتجه نحو الأسرة الحديثة الزوجية (77).

3-8 ما يجب على الوالدين المربين مراعاته في تنشئة أبنائهم:

1- الوفاء بمسؤوليتهم الشرعية و الاهتمام بتنمية بذور الإيمان في نفوس أولادهم حتى يشبوا مؤمنين مخلصين و مستقيمين في سلوكهم و أحسن قاعدة لتعلم السلوك الأخلاقي للطفل (ليست هي مطالبته بإطاعة التعليمات فحسب و إنما هي أن نقول للطفل افعل كما نفعل و ليس افعل كما نقول(78)، فكثير من السلوكات يتعلمها الطفل عن طريق ملاحظته لسلوك الوالدين و لا يتعلمها من أقوالهم فشخصيته تنمو و تتكون بفعل ما يلاحظه و يسمعه و يراه من جانب والديه أكثر بكثير مما يتعلمه منهما مباشرة (79).

2- الاجابة السليمة الواعية على تساؤلات الأطفال الدينية بما يتناسب مع منهم و مستوى إدراكهم و فهمهم.

3- تنشئة الطفل تنشئة دينية منذ الطفولة المبكرة على أساس ما ينفعه في دينه و دنياه.

4- الاعتدال في التربية الدينية للأطفال و عدم تحميلهم مالا طاقة لهم به.

5- مساعدة الطفل في النمو الديني و عدم التثبيت عند مرحلة من مراحل النمو الديني.

6- مراعاة أن التربية الدينية لها أهميتها القصوى في هذه المرحلة و تعتمد هذه التربية على القدوة الحسنة

الصالحة و السلوك الفاضل فمن شب على شيء شاب عليه (80).

♦ وبناء على ما تقدم يتضح أن التنشئة الاجتماعية في الأسرة الجزائرية تشجع التجديد و الإنجاز كما أن

البناء الاجتماعي لهذه الأسرة ليس بناء أسريا محافظ و متسلط يؤدي إلى ظهور نموذج أو نمط من

الشخصية غير خلاق يتصف بالامتثال و صعوبة تمثل التجديدات (81).

♦ و بذلك تكون سيرورة عملية التنشئة الاجتماعية في الأسرة الجزائرية مهياة لجعل الطفل قادرا على تعلم

القيم و نماذج السلوك و اكسابه الأدوار و الاتجاهات المتوقعة من أفراد المجتمع فضلا عن تكيفه و

اندماجه في الوسط الاجتماعي كفاعل و مؤثر اجتماعي و من ثم تحويله من كائن بيولوجي إلى كائن

اجتماعي(82).

هوامش الفصل الثاني

- 1/ علي بن عبده أبو حميدي: تعريف الأسرة، د، ط، دار النشر الألوكة، 2017، ص 15.
- 2/ أب شيرين زهير أبو عبود: معالم الأسرة المسلمة في القرآن الكريم، على الرابط = www.library.iugaza.edu.ps و صفحة 14، أطلع عليه بتاريخ 2018/12/16.
- 3/ سورة مريم، آية 06.
- 4/ علي بن عبده أبو حميدي: نفس المرجع السابق، ص 17.
- 5/ علي بن عبده أبو حميدي: نفس المرجع السابق، ص 17.
- 6/ نبيل حليلو: الأسرة و عوامل نجاحها، ج 1، ط1، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2013، ص 1 - 5.
- 7/ إلهام بنت فريج بن سعيد العويضي: أثر استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية، ج1، ط1، وكالة كليات البنات، جدة سعودية، 2004، ص 18.
- 8/ محمد الطاهر الجوابي: المجتمع و الأسرة في الإسلام، ج1، ط3، دار عالم الكتب للطباعة و النشر و التوزيع، ص 92.
- 9/ محمد الطاهر الجوابي: نفس المرجع، ص 92.
- 10/ وجدي محمد بركات، محمد منصور حسن: نحو استراتيجية عربية لمواجهة تأثير الإعلام المعاصر على الأسرة و الشباب، مؤتمر الأسرة و الشباب في دول مجلس التعاون الخليجي 24/22 - 1 - 2008، جامعة الشارقة، ص ص 3 - 4.

11/ سهير أحمد سعيد معوض: علم الاجتماع الأسري، حقيبة تدريبية أكاديمية، مركز التنمية الأسرية، ديبلوم الإرشاد الأسري المعتمد بمركز التدريب و خدمة المجتمع بكلية المعلمين بجامعة الملك فيصل، 1430هـ - 2009 م، ص 31.

12/ مصطفى بوتفوشيت: العائلة الجزائرية (التطور و الخصائص الحديثة)، تر: دمري أحمد د. ط، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، الجزائر، 1984، ص 15.

13/ السيد مراد سلامة: الأسرة السعيدة بين الواقع و المأمول على الرابط = www.alukah.net أطلع عليه بتاريخ 2018/12/16.

14/ سهير أحمد سعيد معوض: نفس المرجع السابق، ص 43.

15/ سهير أحمد سعيد معوض: نفس المرجع السابق، ص 43.

16/ إميل دور كايم: قواعد المنهج في علم الاجتماع، ترجمة محمود قاسم، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1961 ص 32 - 33.

17/ إميل دور كايم: قواعد المنهج في علم الاجتماع، ترجمة محمود قاسم، نفس المرجع السابق، ص 34.

18/ إميل دور كايم: قواعد المنهج في علم الاجتماع، ترجمة محمود قاسم، نفس المرجع السابق، ص 35.

19/ إميل دور كايم: قواعد المنهج في علم الاجتماع، ترجمة محمود قاسم، نفس المرجع السابق، ص 37.

20/ إميل دور كايم: قواعد المنهج في علم الاجتماع، تر محمود قاسم، نفس المرجع السابق، ص 38.6

21/ Milton, Rakeach, Beliefs at in Vale of organization, and change gassy Boss

be havioral sciences, ferries gassy Bare; 1976,113.

22/ مصطفى الأشرف: الجزائر الأمة و المجتمع، تر: حنفي بن عيسى، د، ط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1983، ص 415.

23/Francis, E Merrill, Society and culture, introduction, to Sociology Prantice hall sociology series 4 the ED (Engelivood) C4 FFS, NG: Prentice hall 1969,PP 128 – 130.

24/B Ronislauv, valinauoski, Scientific of culture and other essays with a per face by Huntington crimes chapel hill university of moth peen ,1944,p 37.

25/Malinoveski, Bronislove the dynamics of culture change , edited by Phyllis,M Kabry university Press,1945,p 39.

26/ سامية حسن السادات: الثقافة و الشخصية، بحث في الاجتماع الثقافي، ط2، دار النهضة العربية، بيروت، 1983، ص، ص 105 – 107.

27/ عاطف وصفي: الأنثروبولوجية الثقافية مع دراسة ميدانية للجالية اللبنانية بمدينة ديريورت الأمريكية، د، ط، دار النهضة العربية، بيروت، 1971 ص95.

28/ عاطف عطية و عبد الغاني عماد: القيم و الإنسان، دراسة في جغرافية الإنسان طرابلس، د، ط، ، 1998، ص 45.

29/ سناء الخولي: مدخل إلى علم الاجتماع، د ، ط، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية 1978 ص 113.

30/ سناء الخولي: نفس المرجع ص ص 114 120.

31/ سامية حسن السادات: نفس المرجع السابق ص ص 76 - 77

32/ نفس المرجع ص 81.

33/ نفس المرجع ص 82.

34/ غي روشيه: مقدمة إلى علم الاجتماع العام، ترجمة مصطفى دند شلي، الجزء 2، ط، 2 مكتبة الفقيه بيروت، 2002، ص ص 139 - 140.

35/ غي روشيه: نفس المرجع السابق، ص ص 142 - 143.

36/ محمد علي، غريب السيد أحمد و علي عبد الرازق حلي: المجتمع و الثقافة، د، ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1983 ص 385.

37/ إسماعيل ميهوبي: مقدمة في دراسة المجتمع المحلي الريفي: د، ط، دار النشر جليلي، برج بوعرييج، 2014، ص 176.

38/ عطية عاطف: المجتمع، الدين و التقاليد، بحث في إشكالية العلاقات بين الثقافة و الدين و السياسة، د، ط، طرابلس، لبنان 1998، ص 28.

39/ جلال مدبولي: الاجتماع الثقافي، د، ط، دار الثقافة، القاهرة، 1975، ص ص 79 - 80.

40/ عطية عاطف: نفس المرجع السابق، ص 49.

41/ ميهوبي إسماعيل: نفس المرجع السابق، ص 178.

42/ أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، د، ط مكتبة لبنان، 1978، ص 398.44

43/ ترجمة: الجوهري و حسن الشامي: قاموس مصطلحات الانتولوجيا و الفلكلور، ط ، 2، دار المعارف ، القاهرة 1973.ص ص 125 – 126.

44/ معتوق فريدريك: المعرفة المجتمع و التاريخ، د، ط ، طرابلس لبنان، 1991، ص 116.

45/Summer, folkuchy, a study of the sociological importance of usages, Mannes cristons Boston, New york gin and company, 1940, p p 60 – 61.

46/ معتوق فريدريك: نفس المرجع السابق، ص 116.

47/ عطية عاطف: نفس المرجع، ص 28.

48/ فوزية دياب: نمو الطفل و تنشئة بين الأسرة و دور الحضانة، ط،3، مكتبة النهضة العربية ، القاهرة ، ص 121.0

49/ هشام شرابي: مقدمات الدراسة المجتمع العربي، ط،3، الأهلية للنشر، بيروت، 1981، ص 111.

50/ نفس المرجع ، ص 111.

51/ خالد أحمد الشنتوت: دور البيت في تربية الطفل المسلم، ط،4، المطبعة العربية، غرداية، 1990، ص 20.

52/ عارف مفضي البرجس: التوجيه الإسلامي للنشء في فلسفة الغزالي، د، ط، دار الأندلس، بيروت، ص 80.

53/ فؤاد بهي السيد: علم النفس الاجتماعي ، ط،2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 187.

54/ عبد الله بن الحسن العيادي: الفكر الاجتماعي و تطوره عند العرب و المسلمين، ط، 1، مطابع سمحة الرياض، 1992 ص، ص 170 - 171.

55/ محمد أحمد عز الدين: تربية الولد عند الغزالي، د، ط، مطبعة الترقى، دمشق، 1963، ص، 6.

56/ عائشة بن قطب: التحضر و تغير بناء الأسرة الجزائرية، دراسة ميدانية لعينة من حي وسط حصري بمدينة البلدية، رسالة ماجستير، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 1992، 1993، ص، 123.

57/ Nefissa Zerdoumi, *Enfant d'hier, L'éducation de L'enfant en Milieu traditionnel Algérien*, (paris Ve : François maspero, 1979) P159.

58/ Lbid p160.

59/ Lbid p162 ,163.

60Lbid p162.

61/ Lbid p159.

62/ Lbid p174

63/ Lbid p p 194, 195.

64/ Djamchid Bbehnam et souzina Bouraoui ، *Familles musulmanes etnogenité ,le défi des tradition* ، (paris : publisud ، 1986) ، p51

65/ abdelghani megherbi ، *le miroir aux alouettes* ، (Alger :ENAL ، OPU ، 1985) p17

66/ علي أسعد وطفة : علم الإجتماع التربوي ، د.ط ، جامعة دمشق للنشر و التوزيع ، دمشق ، 1993 ،
ص 80

67/ نفس المرجع ، ص 48

68/ صابر طعيمة : منهج الاسلام في تربية النشئ و حمايته ، ط1 ، دار الجيل ، بيروت ، 1994 ، ص
311

69/ علي أسعد وطفة : نفس المرجع السابق ، ص 48

70/ علياء شكري و اخرون : الدراسات في علم الاجتماع العائلي ، د . ط ، دار المعرفة الجامعية ، 1991 ،
ص224 ،

71/ علي أسعد وطفة : نفس المرجع السابق ، ص48

72/ مصطفى بوتفنوشت : العئلة الجزائرية ، التطور و الخصائص الحديثة ، تر: دمري أحمد ، د . ط ،
ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1984 ، ص37

73/ نفس المرجع ، 37

74/ Robert dexloîtres elarbi Debzi ،system de parent et structure familliale en
algerie K (Alger : C.A.S.H.A.1965) ، p12

75/ حورية محفوظ : رغبة المرأة في إنجاب الذكور، دراسة ميدانية لمكانة الذكر في الوسط العائلي في
الجزائر العاصمة ، رسالة ماجيستير ، معهد علم الاجتماع ، جامعة الجزائر ، 1996 ، ص 32 33

76/ محمد السويدي : مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري ، تحليل سوسيوولوجي لأهم مظاهر التغيير في المجتمع الجزائري ، د . ط ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1990 ، ص 88

77/ Abdelghani Meghribi ، culture et personnalité dans la société Algérienne de massinissa à nos jours ، (Alger : ENAL،OPU، 1986) p 139

78/ محمد السويدي : نفس المرجع السابق ، ص 89

79/ زيدان عبد الباقي : الاسرة و الطفولة ، د . ط ، دار الشباب للطباعة ، القاهرة ، 1980 ، ص 232

80/ هشام الشرايبي : نفس المرجع السابق ، ص 85

81/ محمد مصطفى زيدان : النمو النفسي للطفل و المراهق و النظريات الشخصية ، ط3 ، دار الشروق ،

جدة ، 1990 ، ص 258

82/ نفس المرجع ، ص 258 .

الفصل الخامس

معرض و تحليل البيانات

الاطار التطبيقي

الفصل التطبيقي: عرض و تحليل البيانات

1. عرض و تحليل البيانات من حيث المضمون
2. عرض و تحليل البيانات من حيث الشكل (القراءة السيميائية)
3. إسقاط النظرية على البيانات المحللة
4. النتائج العامة للدراسة
5. عرض النتائج في ضوء التساؤلات

♦ التحليل الكمي و الكيفي لعينة من إعلانات قناة الشروق

1-1 تحليل الاعلان الأول: إعلان (شامية الروضة) = خلفية اجتماعية

النسبة	التكرار	دلالتها	اللفظة أو العبارة
7.14%	1	- تدل هذه العبارة على حب التملك و السلطة الممارسة من قبل الجد على كل أفراد الأسرة كونه أصل العائلة الجزائرية و رمز الحكمة، و المسير الوحيد لأمر العائلة و القائد الروحي لها.	الشامية الشامية و الروضة كامل ليا
29%	4	- تدل هذه اللفظة على الركيزة الأساسية الموجودة في الأسرة الجزائرية و الفرد الكبير و المسؤول الأول الذي يتحكم في زمام الأمور داخل العائلة، و يتم تداول هذه اللفظة في الشمال الشرقي الجزائري بكثرة.	ياجدو
7.14%	1	- تدل هذه العبارة على حب مشاركة الأولاد للكبار في كل ما يفعلونه باعتبارهم قدوة في الحياة و مصدر فخر و اعتزاز لهم و تقليدهم في افعالهم و أقوالهم فالأحفاد في العائلة الجزائرية تجمعهم علاقة وطيبة بأجدادهم و يشاركونهم في أدق تفاصيل حياتهم.	خليلينا غير شوية
7.14%	1	استخدمت هذه العبارة لإبراز المكانة المرموقة للجد و الصرامة في المعاملة و عدم التنازل و التساهل مع أفراد العائلة و ذلك للمحافظة على رتبته و منصبه	ما نقدرش ياولدي خلوني نفكر شوية

		داخل العائلة	
21.42%	3	- تدل هذه العبارة على أن الأجداد في الجزائر يرون في أحفادهم امتداد لهم طبيعيا لسلاقتهم و مصدر سعادة و فخر في حياتهم و اكتسابهم دورا عاطفيا جديدا من خلال تواجدهم مع جيل ثالث يختلف عن جيل الأبناء.	يا ولادي
7.14%	1	- استخدمت هذه العبارة للدلالة على أن الأولاد في الأسرة الجزائرية يعتبرون أنفسهم جزء مهم داخل العائلة و يحق لهم مشاركة الأهل في جل الأشياء و لهم الأولوية بالاهتمام و الحنان و الرغبة الدائمة في أن يكونوا جزءا لا يتجزأ من الأحداث.	ما نغيضوكش ياجدو خلينا ندوقو شوية
7.14%	1	- تدل هذه العبارة على أمتن العلاقات التي تجمع بين الجد و أحفاده حيث تعتبر علاقة تواصل و امتداد بين أفراد الأسرة الجزائرية الواحدة و هي علاقة كثيرا ما تكتنفها المودة و المحبة و الألفة	لالا يا ولادي أنتوما عزاز عليا
7.14%	1	- تدل هذه العبارة على وجود قيمة المشاركة بين أفراد العائلة الجزائرية فيما يخص الأكل باعتباره عنصر أساسي لاجتماع الأسرة ووجود تماسك و تكاتف و تواصل بينهم.	و الروضة يا ولادي هي ليكم و ليا
7.14%	1	- تبرز هذه العبارة العلاقة الوطيدة بين الأجداد و الأحفاد	الله يخليك ياجدو

		التي يطغى عليها الاحترام و التقدير ، ووجود الجد كدعامة أساسية ورمز الانتماء يزود الأحفاد المعارف و الخبرات الأساسية في الحياة.	
المجموع	14	%100	

من خلال القراءة التحليلية للجدول يتضح لنا أنه تم التركيز على اللفظتين (ياجدو) بنسبة 29% و لفظة (يا ولادي) بنسبة 21.42% و هذا ما يبين الترويج لنمط العائلة التقليدي "تمط ممتد" نظرا لما طرأ من تغير في بناء العائلة الجزائرية من بناء مميز لعائلة تدعى العائلة الكبيرة إلى نظام الأسر النووية و يمكننا أن ننوه إلى أن هذا التغير ليس تغير جذري فمازالت بعض الأسر الجزائرية محافظة على تركيبة العائلة الكبيرة و الجد هو القائد الروحي فيها و المسؤول عن كل أفراد العائلة، هذا من جهة و من جهة أخرى نلاحظ غياب السلطة الأبوية على الأبناء حيث تحل محلها سلطة الجد من خلال فرض أسلوبه الخاص في التربية لقناعته بأنه الأسلوب الأفضل و الأمثل، لأن الأبناء في نظر الأجداد لا يزالون يفتقرون إلى الخبرة في تربية أولادهم، بالإضافة إلى المحبة و العاطفة التي يقدمها الأجداد للأحفاد، فهناك عبارة متداولة في المجتمع الجزائري، "ما أغلى من الولد غير ولد الولد" وهي عبارة تقليدية موروثية تبرز العلاقة الوطيدة بين الأجداد و الأحفاد داخل العائلة الجزائرية، و التي غالبا ما تكون أقوى و أمتن من علاقة الأبناء بأبنائهم، و لكن لا يمكننا أن نجزم بمدى صحة ذلك فالعلاقة التي تربط الجد بالأحفاد لا تخلو من التشنجات و الصدمات خصوصا في ما لا يعرف بصراع الأجيال و اختلاف الأفكار و الطباع، في حين أن بعض الأحفاد لا يدركون معنى وجود جد أو جدة في حياتهم نظرا إلى الانتقال من نمط الأسرة التقليدية إلى الأسرة الحديثة المتكونة من الأب و الأم و الأولاد فقط.

1. **الأسرة الجزائرية التقليدية:** كانت الأسرة الجزائرية التقليدية (العائلة) أسرة ممتدة مركبة متصلة برباطة الدم، و هو النمط المكون من عدد كبير من الأفراد تجمعهما في الغلب صلة القرابة فالعائلة الجزائرية هي عائلة موسعة، تتضمن عدد كبير من الأفراد يتراوح عددهم من 20 إلى 60 شخص يعيشون جماعيا و تعتبر العائلة الجزائرية عائلة بطريقة يكون فيها الأب أو الجد هو قائد الجماعة.

♦ **التعريف و النشأة:** لعل من أهم الظواهر المنتشرة و المرتبطة بالأسرة الجزائرية في الآونة الأخيرة

تحولها من نمطها الممتد الواسع إلى نمط الأسرة الحديثة المحدودة الأطراف، نتيجة التغيير الكبير الذي صاحب التغيرات في المجتمعات الصناعية و انتشار اتجاه استقلالية الأسرة النووية عن وحدات النسق الأسري الكبير، حيث خضع المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات الأخرى إلى صيرورة تاريخية مي مراحلها المختلفة بدءا من الفترة الاستعمارية التي امتدت من سنة 1830 إلى 1962 أما بالنسبة لفترة ما بعد الاستقلال و التي امتدت من عام 1962 إلى الوقت الحاضر، فقد شهدت فيها الجزائر تحولات و تغيرات سريعة في مسيرتها نحو التقدم، باعتبارها بلد متطلع في مجالات كثيرة السياسية فيها و الاجتماعية و الثقافية و كل تحول في المجتمع ينعكس أثره بالدرجة الأولى على كافة الأبنية الاجتماعية، و منها البناء الأسري فعلى سبيل المثال زيادة نسبة الولادات مثلا تمس المجتمع مباشرة و ذلك بزيادة النمو الديمغرافي و الذي يترتب عنه بعض الآثار السلبية كارتفاع نسبة البطالة و انخفاض الدخل الفردي و بالتالي ضعف في المستوى المعيشي و غيرها من المشكلات المصاحبة للأسرة الجزائرية بعد أن كانت أسرة ممتدة (عائلة موسعة) ذات أطراف متعددة أصبحت عائلة محدودة العناصر (أسرة نووية) و تعرف هذه المرحلة بمرحلة انقسام العائلة كما أن الحياة الاجتماعية في المجتمع الجزائري أصبحت خاضعة إلى التغيير قصد التجديد في جميع الميادين و لهذه العملية و غيرها وسائل و أساليب معينة كالسياسة التنموية و المواثيق الرسمية و غيرها و الهدف من ذلك تكوين مجتمع متطور قادر على أن يدمج الأسرة النووية (*1) في كل المسالك و إن تكفل لها

و لأفرادها من آباء و أبناء، الاحتياجات التي تتطلبها الحياة العصرية و إذا أردنا، إعطاء تعريف الأسرة الجزائرية اليوم، الا وهو مصطلح (العائلة الجزائرية) و هذا ما يقابل الأسرة الممتدة و يعرفها الباحث "مصطفى بوتقنوش" على أنها: عائلة موسعة، حيث تعيش في أحضانها عدة عائلات زواجية و تحت سقف واحد (الدار الكبرى) عند الحضر و (الخيمة الكبرى)، عند البدو إذ نجد من 20 إلى 60 شخص أو أكثر يعيشون جماعيا، في هذا التعريف يشير الباحث بخاصة إلى الوحدة السكنية التي تشكلها العائلة، مهما اختلفت ظروف الإقامة و ظروف البيئة المادية المحيطة بالأسرة.

♦ الخصائص السوسيولوجية للأسرة الجزائرية التقليدية: إننا عندما نتحدث عن الخصائص

السوسيولوجية للعائلة فإننا نسعى إلى إبراز سمات النموذج الاجتماعي الثقافي للأسرة الجزائرية التقليدية، التي انبثقت منها الأسرة الجزائرية المعاصرة المتحولة و فيما يلي أهم هذه الخصائص:

1-العائلة هي أسرة ممتدة: وهي العائلة التي تتركب من خليتين أسرتين أو أكثر، و تضم أكثر

من جيلين اثنين فتشمل الأجداد و الآباء و الأحفاد، و يقطن هؤلاء جميعا في محل سكني مشترك و يمكن أن يكون هذا الامتداد عموديا فيضم أسرة الأب الي تمثل النواة و أسر أبنائه المتزوجين التي تحيط بها و أفقيا فيشمل اتحاد أسر الإخوة بعد وفاة أبيهم.

2-العائلة تمثل وحدة اجتماعية: لقد شكلت العائلة في المجتمع التقليدي وحدة انتاجية غير

منقسمة و نبع تماسك أفرادها من رابطة الدم، ووحدة الملكية بغض النظر عن كونها أرض أو قطيع أو أي رأس مال جماعي آخر فالملكية العامة في العائلة هي ملكية خاصة لا يجوز بيعها أو تقسيمها و يقول في هذا الصدد الباحث (محمد الطيبي): فأولوية القرار العائلي على القرار الفردي في مسألة التصرف بأراضي الملك جعل من هذه الأراضي إسمنت العائلة و أحد أسس ترابطها و نظرا للأهمية الاقتصادية التي تؤديها العائلة لأفرادها في المجتمع التقليدي فإنه كان لا

يحدد مركز الشخص كفرد معزول و لكن ينظر إليه كعضو في أسرة محددة معينة، إذ كان اسم الأسرة هو المهم و المؤشر و ليس اسم الشخص الفرد.

3-العائلة تمثل أسرة أبوية: لقد شكل الجد، الأب وأحياناً الأخ الأكبر رئيساً و مركز القوة في

العائلة التقليدية و سلطته نهائية و مطلقة، خولتها له الأعراف و التقاليد و العادات و هو بدوره يسهر على وحدة جماعته و تماسكها و ينوب عليهم في الداخل و الخارج، و هي كذلك أبوية من حيث النسب (Patrutineale/ Agnatique) و من حيث محل الإقامة أيضاً أي أن إقامة الزوجين تخضع لقاعدة السكن مع والد الزوج.

4-العائلة هي أسرة هرمية: تميزت العائلة الجزائرية التقليدية أيضاً بالهرمية أو الطبقيّة، حيث أن

تقسيم العمل و النفوذ و المكانة كان على أساس الجنس و العمر فالسلطة بيد كبار السن من الذكور و على رأسهم رب العائلة و هذا ما شكل هراً سلمياً لتوزيع السلطة و علاقات اجتماعية تراتبية و تقسيماً اجتماعياً خاصاً: قسم خاص بالرجال و يمنع على النساء و قسم خاص بالنساء و يكون داخل المنزل و يحضر على الرجال البقاء فيه في فترة النهار.

5-العائلة تجيز تعدد الزوجات و تفرضه: تعتبر الأسرة متعددة الزوجات شكلاً من أشكال الأسرة

وهي الأسرة التي تتكون من زوج واحد و أكثر من زوجة واحدة بالإضافة إلى الأطفال، و الزواج يشترط فيه الشرعية التي تكتسب من خلال الإجماع بالموافقة، ولا بد أن يكون للزوج أكثر من زوجة واحدة في نفس الوقت لا على فترات متباعدة و تتسم العائلة بالزواج الداخلي، وهذا لتمتين رابطة الدم و إبقاء الإرث في يدها عكس الزواج الخارجي الذي يبنى على مصالح اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية قاهرة.

❖ الأسرة الجزائرية و تطورها:

تعتبر الأسرة صورة مصغرة للمجتمع الكبير نفسه إذ نجد أن العلاقات السائدة في المجتمع هي نفسها التي تسود في الأسرة و الثقافة السائدة في المجتمع تسود هي الأخرى في الأسرة و التغيرات التي تحدث ضمن الأسرة لا يمكن فصلها عن التغيرات التي تحدث في المجتمع و خاصة في مرحلة انتقالية بين القديم و الجديد و أي تغير في المجتمع يقتضي تغير الأسرة و العكس صحيح، و لا يمكن التعرف على الأسرة الجزائرية و تطورها دون التعرض للتحويلات و التغيرات التي حدثت و تحدث في المجتمع الجزائري في حد ذاته، فقد كان المجتمع الجزائري قبل الاستعمار يتكون من مجموعة من القبائل و العشائر و على رأس كل قبيلة (*2) أو عشيرة (*3) شيخ، وله مرتبة خاصة في هذه القبيلة أو العشيرة فهو القائد الروحي للقبيلة ينظم فيها كل الأمور المادية و الروحية فهو المسؤول عن توزيع الأدوار و الوظائف و حماية أعضاء القبيلة و رعايتهم و فك النزاعات التي تحدث داخل القبيلة و لم يكن المجتمع الجزائري يتمتع بالنمط الطومبي (*4) كما أن المجتمع المنزلي لم يكن منسيا على العائلة بل كان عبارة عن جماعة اجتماعية قائمة على القرابة الأبوية كرابطة طبيعية، بالإضافة إلى تأثر المجتمع الجزائري بالإسلام، هذا الدين الذي ترك آثاره القوية في تقاليد الأسرة الجزائرية من خلال السلوكات و العلاقات القرابية لأفرادها، و قد أدى دخول الاستعمار الفرنسي إلى المجتمع الجزائري إلى العديد من التغيرات الاجتماعية المختلفة فقد عمدت السياسة الاستعمارية إلى تفكيك النظام القبلي و ذلك بتجريد العشائر و القبائل من أراضيها كونها المصدر الاقتصادي و وحدة النظام الاجتماعي، و ذلك من أجل تحطيم الروح الجماعية و العلاقات العائلية المدعمة بالملكية الجماعية و تحديد الفلاح الجزائري من العلاقات القرابية التي تنسجها القبيلة أي تقليص الوحدة القرابية للفرد الجزائري، و هكذا حلت الملكية محل الملكية الجماعية و انتقلت السلطة الأبوية في المجتمع الجزائري وانتقال هذا الأخير من النظام العشائري إلى النظام العائلي في شكله الممتد الذي يتكون من عدة أسر يجمعها مسكن

مشترك و تتميز العلاقات القائمة في الأسرة الممتدة باختلافات واضحة حسب السن و الجنس و الاتجاه القرابي.

و أهم ما يميز الأسرة الجزائرية التقليدية ذلك الحاجز بين الجنسين و هو حاجز سميك يرتكز على فكرة المحافظة على البقاء الأخلاقي و الجسدي للمرأة و اعتبارات مهمتها مقتصرة على التنظيم المنزلي من طبخ و غسل و غيره من الشؤون المنزلية المختلفة و تبرز مكانة المرأة و تصبح ذات أهمية كلما كان لها عدد كبير من الأولاد الذكور فهم مركز الاهتمام في الأسرة الجزائرية و كما تتميز العلاقة القائمة بين الأب و الأبناء بالاحترام للأب و يظهر ذلك من خلال الحياء و عدم الكلام بصوت مرتفع أمامه.

وبعد أن تحصل المجتمع الجزائري على الاستقلال سنة 1962م أصبحت بنية العائلة التقليدية الجزائرية مفككة حيث أن أغلب الشهداء كان لهم أسر و بالتالي حرم حوالي 300.000 من الأطفال من مراقبة و دعم آبائهم و زيادة على ذلك فإن غياب الأب كرئيس تقليدي للعائلة سبب مشاكل حادة آثرت على استقرار هذه المؤسسة و بعد فترة الاستقلال أصبح المجتمع الجزائري يمر بمرحلة تغيير عميق في البناء الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي و السياسي كما مس هذا التغيير البناء الأسري باعتبار الأسرة الجزائرية وحدة من وحدات المجتمع الجزائري و عرفت ثلاث أشكال:

أ- شكل الأسرة المحافظة والتي توجد خاصة في القرى مع وجودها بقلة في المدن.

ب- شكل الأسرة الانتقالية التي تجمع في نفس الوقت بين الأفكار الداعية للعصرنة و الأفكار الداعية إلى المحافظة على الأفكار التقليدية و يسود هذا لشكل خاصة في المدن الكبرى المراكز الحضرية مع وجودها بقلة في الأرياف.

ج- شكل الأسرة المتطورة، التي تميل إلى الحياة الأوروبية في اللغة و العادات و اللباس غير أن هذا الشكل وجوده قليل في المدن و يكاد ينعدم في القرى.

غير أن التغيرات التي أحاطت بالأسرة الجزائرية الممتدة أصبحت تتسم بدرجات متفاوتة أي أنها تعددت بصورة نسبية و طبقا لتقدم الأحوال الحضرية العامة ف المجتمع الجزائري ككل، و أشارت بعض الدراسات إلى أنه تبعاً لحركة النزوح من الريف إلى الحضر بدأت الأسرة الجزائرية تفقد شكلها كأسرة ممتدة (يصل عدد أفرادها إلى أكثر من 40 فرداً) تتجه نحو شكل الأسرة الزوجية أو النووية، و هكذا بدأت المدن الجزائرية تستمر بهذا الشكل الجديد و تحول بناء الأسرة الجزائرية من النظام الممتد إلى النووي إلا أنه لم يكن بارزاً بشكل واضح إلا بعد أن نزحت الأسرة إلى الوسط الحضري المختلف عن الوسط الريفي، و من نمو اجتماعي و اقتصادي استهلاكي يقوم بالدرجة الأولى على علاقات القرابة و يعتمد على النتاج الزراعي و الحيواني إلى نمط اجتماعي فردي يقوم على الاقتصاد الصناعي و التجارة و يحكمه العمل المأجور في الزمان و المكان، و أصبحت الأسرة الجزائرية المعاصرة (النووية)، تتميز بصغر حجمها و تغير وظائفها و تغير مراكز أفراد الأسرة و خروج المرأة لتعليم و ميادين العمل كما أن تطور و نمو الاتصال بكل أشكاله و الحراك الاجتماعي و الإعلامي و تطور التعليم و العلاقات و توزيع و تبادل الايديولوجيات عن طريق الصحافة المكتوبة و الإذاعة و الكتب و السينما و التلفزيون كان له تأثير على بنية الأسرة الجزائرية و تطورها.

ولا يمكننا تجاهل ما مرت به الأسرة الجزائرية في سنوات المأساة الوطنية 1990م - 2000م حيث عاشت الجزائر سنين لم تشهد لها مثيل أي دولة عربية مسلمة القتل و التشريد و التهجير من القرى و عدم الأمن خلال السفر يضاف إلى ذلك عدم الاحساس بالأمان في البيوت نفسها مما شكل حالة من القلق و الرهبة في نفوس المواطنين الذين إنطوا على أنفسهم و تكدر صفو حياتهم اليومية التي أصبحت خليطاً بين هاجس الخوف من اليوم و الخوف من الغد، ولنا أن نتصور حال الأسر الجزائرية و معاناتها اليومية في البحث عن الأمن و الأمان لأبنائها ناهيك من البحث عن لقمة العيش التي يشارك فيها الأطفال أنفسهم في ظل تدهور الحياة الاقتصادية للبلاد، فقد أثرت هذه التغيرات و غيرها على الأسرة، فمست بناءها ووظيفتها و ضعفت

معها الكثير من وظائف الأسرة المطلوبة مثل التربية الجسمية و النفسية و العقلية و التربية الخلقية و الدينية ناهيك عن التنشئة الاجتماعية التي توجه سلوك الطفل نحو اكتساب العلاقات الاجتماعية مع الآخرين إذ تفوقت كل أسرة على نفسها و ضيقت من حدود و مجالات التعامل حتى بين الجيران أنفسهم، و بفعل الظروف الاقتصادية و السياسية و الاجتماعية المتردية جعل الآباء أكثر عرضة للقلق و التوتر و مشاعر الاحباط و هذا ما انعكس سلبا على أساليبهم التربوية داخل السرة و علاقاتهم بأبنائهم و هنا لابد من الإشارة إلى أنه في هذه المرحلة ظهرت أسر جيل الجامعات أي الأسر المتقفة التي يعد أحد الوالدين فيها على الأقل خريجا جامعيًا، وفي السنوات الأخيرة و مع بؤادر انفراج الأزمة الجزائرية 2000 - 2006 م يمكننا القول أنه بانفراج الأزمة اتى عاشتها الجزائر أكثر من 10 سنوات شهدت الحياة السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية ازدهارا كبيرا كان له الأثر العميق على الحياة اليومية للمواطن الجزائري عموما و على الأسرة الجزائرية خصوصا فكل تغيير إيجابي أو سلبي في الحياة العامة للبلاد يكون له تأثيرها الإيجابي و السلبي كذلك على يوميات الأسرة الجزائرية ومنه على طرق تعامل أفراد الأسرة مع بعضهم البعض، فحالة الاكتئاب التي يشعر بها الأب خارج البيت تنعكس سلبا على طريقة تعامله مع زوجته و أولاده، كذا الأمر بالنسبة للأم فإذا كانت حالتها سيئة مع الزوج فإن هذا سينعكس مباشرة على الأولاد مهما حاولت الأم ألا تظهر حقيقة ما تمر به، و الأسرة الجزائرية اليوم هي وليدة تلك التغيرات الاجتماعية و الثقافية التي حدثت في أوروبا و التي تجسدت في الثورة الفرنسية أو من خلال ما شهدته المجتمع الحديث من تغيرات نتيجة التصنيع و التحديث على الأسرة في إطار الثورة الصناعية، فأحدثت فيها تغيرات جذرية مهمة على مستوى الرؤية التصورية للحياة في النمط المعيشي.

♦ الخصائص السوسولوجية للأسرة الجزائرية الحديثة:

1- **صغر الحجم:** إن الأسرة الحديثة تمتاز بضيق نطاقها و صغر حجمها فهي تتكون من الزوج و الزوجة و الأولاد المباشرين.

2- **تغير المركز الاجتماعي لعناصر الأسرة:** كان وضع المرأة في الحياة الاجتماعية أكثر المراكز تغييرا خاصة في نصف القرن الأخير، فقد نزلت المرأة إلى ميدان العمل وذاقت حلاوة الكسب و شعرت بقيمتها الاقتصادية و بأنها أصبحت سيدة موقف، و تستطيع أن تكفي نفسها بنفسها، و من ثم لا داعي لتحمل القيود التي كان يفرضها عليها الرجل و بالتالي أصبحت المرأة عنصرا إيجابيا تتدخل في اختيار شريك حياتها و رسم خطوط حياتها الزوجية و تقاسمت مع الرجل السيادة على الأسرة و أصبحت تتصرف بحرية و مسؤولية في شؤون منزلها.

3- **تراجع سلطة الوالدين:** تمتاز الأسرة الحديثة بالحريات الفردية فكل فرد كيانه الذاتي و شخصيته القانونية لاسيما إذا بلغ سن الذي يضي عليه هذه الأهلية، و بالتالي تصبح له اهتمامات أخرى خارج الأسرة، و الأم العاملة لها دائما ارتباطات و التزامات بميدان العمل، و الأب كذلك دائم الانتشغال خارج البيت، و من هنا لم تعد السلطة الأبوية من المفاهيم الرائجة في الأسرة الحديثة خاصة المجتمعات الغربية فالأطفال في هذه المجتمعات يحتكون منذ فترة مبكرة من حياتهم مع بيئات خارج نطلق الأسرة كجمعات اللعب في الحي، جمعات الهويات ، وانخراط الأطفال في هذه البيئات يشغل قدرا كبيرا من اهتماماتهم و تفكيرهم هذا إضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري كالتلفزيون... الخ و بالتالي تؤثر تلك الأشياء في سلوك الأطفال و توجيههم، مما يجعل سلطة الأب و الأم على الطفل في تراجع، و قد دعم هذا التراجع انتشار المذاهب الديمقراطية التي تفرض أي سلطة على الأطفال.

4- العناية بتنظيم الناحية الترويحية و المعنوية في محيط الأسرة: وذلك بتنظيم أوقات الفراغ

و العناية بمختلف الفنون و كذا تتمثل العناية بالناحية الترويحية في الذهاب إلى السينما و الحدائق العامة و الأندية و المهرجانات و بالتالي أصبحت هذه الأمور من أهم مقومات حياة الأسرة الحديثة، و ذلك بتخصيص جزء من ميزانيتها لها، و بالتالي الأسرة الجزائرية تشارك العالم في معظم التغيرات الحادثة و تتفاعل معهم، و لكن بالمقابل تحاول أن تحافظ على تراثها و هويتها و انتمائها الحضاري الذي من خلاله تستطيع أن تحافظ على نفسها في وسط الحضارات الغربية المهيمنة و ترسم لنفسها مكانة في الساحة العالمية محافظة بذلك على قيمها و مبادئها و أطرها الدينية.

وبناء على ما سبق يمكن القول أن الأسرة الجزائرية و إن كانت تتجه في تطورها عن الأسرة الزوجية إلا أنها مازالت تحتفظ بالكثير من مظاهر الأسرة الممتدة فأصبحت تجمع خصائص الأسرة الحضرية ووظائف الأسرة الريفية و يظهر ذلك في حرصها على العادات و التقاليد و القيم و الأعراف و النظرة الجماعية للسلوك الفردي الذي يتمثل في رقابة و ضبط سلوك كل فرد في الأسرة و توجيهه الوجهة التي ترفع مركز الأسرة في المجتمع و تحافظ على شرفها و يرجع ذلك إلى قوة التقاليد (الأسرية من جهة كما أثرت الحياة) و التراث المشترك و ما تركه الاسلام من آثار قوية في التقاليد الأسرية من جهة، كما أثرت الحياة في المدينة على السرة الجزائرية الممتدة من حيث البناء و السلطة و الزواج و الإنجاب و الوظائف التقليدية للأسرة كالتربية و الضبط الاجتماعي و الدفاء العاطفي لأفرادها و بدرجات متفاوتة نتيجة اختلاف المستويات الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و مناطق الإقامة لكل أسرة (1).

1-2 القراءة السيميائية للإعلان: " شامية الروضة"

1. الألوان:

✓ الأحمر: يدل على العظمة، السيطرة، الانتصار، القوة.

✓ الأبيض: يدل على النقاء، الصفاء، النظافة و البراءة، البساطة.

✓ البني: يرمز إلى الغنى، الوفرة، الفخامة.

✓ الأصفر: يدل على الغيرة، الثراء، الرفاهية.

✓ الأصفر الذهبي: يرمز للغناء، الثراء، الرفاهية، الدفء

✓ البرتقالي: الشباب، الراحة، الابداع، المدح، الطاقة، القوة، الحيوية.

✓ الأخضر: التطلع، التقدم، الرخاء، الفرح، التفاؤل، الأمل، الطبيعة، استعادة القوة.

✓ الأسود: الرسمية، القوة، الأناقة، الغموض.

2. الأشكال:

✓ الدائرة: تشير إلى الأبدية، الرخاء الوقت، الكمال، البداية دون نهاية، الاحساس بالهدوء الاشباع، الدقة،

النعومة.

✓ المربع: يشير إلى المطابقة، التماثل، السكينة، الصلابة، الأمان، المساواة.

✓ المستطيل: العالمية و الاتقان.

✓ شيخ كبير: يرمز إلى السلطة، المرجعية، الوقار، الحكمة.

✓ أطفال: (الحياة، الحركة، اللامبالاة)

✓ مائدة طعام: الطبيعة، الحقل، المزرعة.

3. اللباس:

✓ قبعة: ترمز إلى المكانة، الوظيفة، الدين، العمر، الجنس، البلد، العرق، الطبقة الاجتماعية.

✓ **جبة جزائرية:** كراكو، لباس قبائلي، لباس الختان، البسة احتفالية نسوية و رجالية تركز على

الأبعاد الجمالية للفرد في المجتمع، الجزائري تعكس العادات و التقاليد.

✓ **جبين:** رمز سيميائي يعوض التاج عند البربر و يرمز للسيادة النسوية.

4. الأفعال:

✓ **رقصة الشيخ و الطفل الصغير:** وهي رقصة تراثية تدل على الموروث الثقافي الممتزج بين التراث

القبائلي و التراث الوهراني.

♦ الجدول رقم (2):

1-2 تحليل الإعلان الثاني: إعلان (عجائن قاريدو) خلفية اجتماعية.

النسبة	التكرار	دلالاتها	اللفظة أو العبارة
33.40%	1	استعملت هذه العبارة للدلالة على وجود الأكل كنمط أساسي لاجتماع الأفراد في كل المناسبات و الأفراح هذا من جهة ومن جهة أخرى للدلالة على نوع هذا الأكل " عجائن " ما يبين نمط و أسلوب العيش السائد، فالعجائن تدل على التحضر و التقليد الأعمى للغرب في الوسط الجزائري.	الاستمتاع بعجائن قاريدو يعزز المناسبات السعيدة
33.40%	1	تدل هذه العبارة على وجود العلاقات الاجتماعية المؤسسة من خلال المصالح الشخصية للجماعة و المبنية على أساس التكامل الوظيفي في المجتمع الجزائري الحديث و قيام هذه العلاقات على حساب الحاجة الفردية للاستمرار داخل هذه	لأن أفضل الأوقات ترفق بأطيب الأطباق

		الجماعة.	
33.40%	1	تدل هذه العبارة على النمط الاستهلاكي الحديث للمواطن الجزائري من خلال لجوءه أو رجوعه إلى الأسلوب الغذائي التقليدي " القمح الكامل" باعتبار المجتمع الجزائري مجتمع زراعي. كما تدل العبارة على تدني السيورة الاقتصادية للبلاد و الاعتماد على الاستثمار أو المتوج المحلي فقط	اكتشفوا مجموعة العجائن.. بالقمح أو بالقمح الكامل لقاريدو
100%	3		المجموع

من خلال قراءتنا التحليلية للجدول يتبين لنا تراجع الاهتمام بمختلف العلاقات الاجتماعية في الوسط الجزائري و غياب التماسك و التكافل و المحبة بين الجماعات، وهذا واضح من خلال استخدام العبارات و الألفاظ البعيدة كليا عن وصف العلاقات المتبادلة بين الجماعة الجزائرية و قد تم التركيز على عنصر "الأكل" في الإعلان باعتباره النمط الوحيد الحاضر عند تبادل الزيارات و الاجتماعات المختلفة لدى المجتمع الجزائري و أهم هذه العبارات" الاستمتاع بعجائن قاريدو (بنسبة 33.40%) وأفضل الأوقات ترفق بأطيب الأطباق (33.40%) اكتشفوا مجموعة العجائن = (بنسبة 33.40%).

ومع التطور التكنولوجي الحاصل داخل المجتمع الجزائري و التغيير الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي و حتى السياسي توقعت العائلة الجزائرية على نفسها، و أصبحت منعزلة عن الأسر الأخرى، و فرض هذا التغيير العزلة النسبية لهذه الأسر، و قد شمل هذا الأخير علاقات الحوار و علاقات القرابة التي كادت تنعدم في المجتمع الجزائري الحديث، مقارنة بالعلاقات الاجتماعية قديما و التي كانت قائمة على قرابة الدم أو ما يعرف بالعشيرة أو القبيلة، أما فيما يخص علاقات الجيرة فقد كان الجيران يعتبرون أسرة واحدة تجمعهم

المحبة وروح المبادرة و التعاون ، و سنحاول ملامسة هذه التغيرات بين الماضي و الحاضر و كيف كانت في القديم و كيف أصبحت الآن.

♦ **العلاقات الاجتماعية:** إن ما أصاب العائلة التقليدية من تفكك سينعكس لا محالة على مستوى

العلاقات البين أسرية و الاجتماعية، حيث أن تأصل هذه العلاقات يؤدي بنا هو الآخر إلى نفس النتيجة التفكك و غياب التفكير الجمعي أو الجمعي (*5) الذي كان يوطر و يطبع المجال القروي فيما مضى لنتساءل كيف كانت في الماضي و كيف أصبحت الآن و ما يفترضه ذلك من غوص في المجال التنظيمي لهذه التجمعات البشرية اعتقادا منا من أن التنظيم الاجتماعي و آلياته و ما عرفته من تغير و تلاشي ساهمت بشكل كبير في تفكك الروابط بين الأسر و بين مكونات هذا المجال الذي ندرسه، نقصد هنا أساس التغيرات التي عرفتها مؤسسة "الجماعة" كوحدة جماعية كانت مسؤولة أساسا عن تثبيت قيم التضامن و التعاون.

أ- **علاقات الجوار:** لم يكن الجوار تجاوزا فقط في المكان بل إنه علاقة تتأسس على روابط قرابية إما حقيقية أو وهمية، إن لم تكن هناك قرابة دموية مباشرة بين الجيران فإنهم على الأقل يعتقدون أنهم ينحدرون من نفس الجد ينتمون إلى نفس الفرقة الفخذة أو القبيلة أو على الأقل كذلك، يحتلون و يقتسمون نفس المجال.

لقد مثلت علاقات الجوار و ما تفرضه هذه العلاقات من تبادلات في الخيرات و في الخبرات معطى واقعا يضمه العرف كما أن المعتقد الديني من جهته لا يتعارض في هذا الاطار مع هذا الموروث القيمي أي العرف هناك تطابق بين هاتين المرجعيتين العرف و الشرع اللذين طالما تعارضا في مواقف كثيرة و هو تطابق كذلك و في ظل هذا المجتمع الذي اعتدنا تسميته بالتقليدي بين المفهوم و الواقع بين تصوراتنا حول الجوار و بين واقع هذا الجوار كعلاقة ينبغي أن تتجسد على مستوى الواقع هناك نوع من التجانس، بين ما

يرمز إليه المفهوم كتصور ذهني و بين تطبيقاته و تجلياته على مستوى الواقع، بالرغم من مرور بعض التعارضات بين المكونين للمجال "الدوار مثلا" في وضعياتهم "السوسيو طبقية" فإن هذه الآليات المرتبطة بالجوار و ما ينتبعه من تضامن و تآزر تظل تشتغل حيث الفقير يهرع لمساعدة الغني دون مقابل و كذلك الغني من جهته و في زمن الشدة نجده لا يتأخر في مساعدة جيرانه الفقراء خصوصا في موسم الحريث (عنق العام بالمنطوق المحلي)، حيث عادة ما يهرع الفلاحون الموسرون إلى فتح مخازنهم أو مطامرهم لإنقاذ المحتاجين و مساعدتهم على تحقيق توازنهم الاقتصادي حتى مجيء فصل الصيف و آنذاك يرجعون ما أخذوه و بدون فائدة، و هكذا و علاقات الجوار و الخدمات المرتبطة بها لم تكن توجد فقط و بشكل خاص بين الفقراء فحسب بل يستفيد منها حتى الذين يتوفرون على قوة اقتصادية فوق المعتاد و تتم مساعدتهم خصوصا أثناء عملية الحصاد.

وعلى مستوى التنظيمي كانت هناك مؤسسات تتابع و تراقب هذه العلاقات "علاقات الجوار" فإضافة إلى المؤسسة الأساسية التي هي (الجماعة) هناك مؤسسات أخرى تمثل مجالات مشتركة لتعزيز الروابط الاجتماعية: المسجد كمجال للعبادات و كذا لتنظيم المعاملات و كذلك كمجال للأخبار مؤسسة انطلاقا منها يتم تلقي الخبر و التعليق عليه، و فيه كانت تؤخذ القرارات الحاسمة و قد اتخذ المسجد دورا حساسا في هذا المجال في غياب مجالات أو أماكن أخرى للتجمع كما هو الشأن في الوسط الحضري، أضف إلى ذلك المجالات الأخرى المشتركة، عتبات المنازل الممتدة على امتداد المساكن المشكلة للدوار والتي مثلت دائما المجال المفضل للالتقاء بين النساء كذلك البئر أو العين الذي تؤمه النساء في الصباح و المساء، كل هذه المجالات المشتركة و التي تمثل تجسيدا للتعاون بين مكوني الدوار كانت تتيح فرص اللقاء واستمر الوحدة و التجانس بين الناس، ولا ننسى في هذا الإطار كذلك المناسبات الاحتفالية، الأعياد الدينية ثم الأعراس وزيارة الأولياء الأسبوعية و الموسمية التي مثلت بدورها مناسبات لتوطيد العلاقات بين الساكنة.

هناك إذن تنظيم للمجال كما مر بنا عند حديثنا عن الدوار يمكن النظر إليه باعتباره تجسيدا لعقلانية كانت لها السيادة آنذاك، عقلانية الوحدة و التعاون، و هذا التنظيم للمجال لمكوناته العامة و الخاصة، بقدر مكان استجابة لرغبة القروي في التعاون و الاندماج داخل هذا المجال المشترك الذي هو الدوار، بقدر ما كان يعمل على تأييد هذا الواقع و الحيلولة دون تفككه.

غير أن ما سبق لا يعني أننا أمام مجتمع متجانس كلية كما نجد في ثنايا بعض الكتابات الكولونيالية (*6) فيما يخص أهل الجبل في تعارضهم مع أهل السهل و التي أدركتها هكذا كتجمعات تطبعها المساواة و الديمقراطية و التي نعرف جيدا خلفيتها الاستعمارية هناك بطبيعة الحال توترات، خصامات و مشاجرات بفعل هذه الاحتكاكات اليومية، صراعات حول الحدود خصوصا في بداية الموسم الزراعي، حول المرعى و القطيع، صراعات قد تنتشب بسبب الأطفال، و لكن كل هذه الصراعات كان يتم احتواؤها من قبل المجموعة الاجتماعية في البداية و الحين عند المساء حيث يتم عقد الصلح بين المتخاصمين و إذا تعذر ذلك فأبي مناسبة مقبلة للتجمع و ما أكثرها: ازدياد مولود، إصابة أحد المتخاصمين بمرض أبنائه تستدعي زيارته، موت، ختان، عرس، صدقة أو عيد، ستمثل مناسبة لعقد الصلح بين المتخاصمين و من ثم عودة المياه إلى مجاريها وإنهاء الصراع و عادة ما يتم الصلح و يؤدي الظالم أو المعتدي الثمن بمحض إرادته أو تحت ضغط الجماعة هناك حتى ينبغي أن يؤديه عبر إطعام كل أفراد الجماعة، بهذا الشكل كانت تحل كل النزاعات التي يمكن أن تقوم بين أفراد الدوار من طرف ممثلي الجماعة، و إذا تعذر الأمر و لم تستطع الجماعة أن تحل الصراع خصوصا و إذا كان ذا طبيعة خاصة تمس العرض أو الشرف، فإنها آنذاك تستجد بأحد الشرفاء الذين يرتبط بهم الدوار فيتم استدعاؤه و التحضير لاستقباله من طرف كل الدوار حيث يقوم بعملية التحكيم و عادة ما ينتهي الصراع حيث أن حكمه لا يناقش و طلبه لا يرد و لا مثل ذلك عقوبة بالنسبة للجماعة ككل و بالتالي لا يبقى للفرد المتشنج الذي لا يقبل الحكم سوى حل واحد ووحيد هو مغادرة

الجماعة و مجال الدوار و بطبيعة الحال فالوظيفة التحكيمية التي يقوم لها الشريف لا تتم مجانا بل لابد من زيارات و هدايا يحملها الشريف معه عادة هدايا عينية من المنتوجات المحلية.

لقد مثل الجوار بهذا المعنى الذي أشرنا إليه ضرورة اجتماعية حيث أنه في مجتمع زراعي مغلق، كثير من الحاجيات و الخدمات التي تفرضها ظروف خاصة بعض الأخطار أو بعض التهديدات كان يتم إشباعها بواسطة خدمة اجتماعية تتجاوز الجماعة العائلية عن طريق علاقات الجوار، و من ثم كما مر بنا فعلاقة الجوار كانت تتجاوز الشكل " البدائي" للروابط الناتجة عن تقارب جغرافي بين البيوت و بشكل عام فهي تميل إلى كل جماعة لها مصالح دائمة أو ظرفية تنتج بحكم التقارب الجغرافي.

خلال العقود الأخيرة ستعرف هذه العلاقات تحولات عميقة حيث أنه و بغض النظر عن التقارب الجغرافي نجد أن السكان لا يعيلون على تكثيف تلك العلاقات و تعزيزها كما كان الشأن في الماضي بل يفضلون الحفاظ على أكبر مسافة ممكنة فيما بينهم، فقط في حالات الخطر الجماعي، فيضانات، نشوب حريق... الخ يمكن أن نلاحظ بهذا القدر أو ذاك العمل التعاوني أكثر من ذلك نجد الفرد القروي غير مستعد لكي يسمح للآخرين بالتدخل في مسائله الأساسية مهما كانت النوايا التي تحرك الآخرين، و بالتالي فالجوار أصبح مدركا فقط في بعده المجالي دون أن يستتبع ذلك التزامات ما بين الأفراد، هذا بالرغم من أننا على مستوى المنطوق نجد أن كل الأفراد واعين بمدى أهمية الجوار و ضرورته، و أن كل واحد يرمي باللوم على الآخرين.

كيف نفسر إذن هذه التحولات التي عرفتها العلاقات البين أسرية خصوصا علاقات الجوار و التي كان من الممكن عندما تنجح في تعنيد و تنظيم العلاقات بين أفرادها وتجاوز تناقضاتهم، أن تتحول إلى وحدة اقتصادية و سياسية؟ هل المسألة مرتبطة بتغيرات قيمية و ثقافية عرفها المجتمع القروي؟ بتغيرات مرتبطة بنمط الانتاج المهيمن ذي المنحنى (الرأسمالي) أو لغياب مؤسساتي فعلي كان يضمن استمرا مثل هذه العلاقات التعاونية المشروعة؟

لا نريد أن نغامر في الإجابة عن هذه التساؤلات من خلال تفضيل عامل من هذه العوامل على أخرى، فقط نعتقد أن فهم هذه التحولات في هذا المستوى يفترض العودة لتأمل المسار الذي اتبعته بعض المؤسسات أو الهيئات التي كانت تسهر في الماضي على استمرارية متانة و صلابة هذه العلاقات بين الأفراد إنها مؤسسة الجماعة كيف كانت تشتغل هذه المؤسسة و كيف كانت تعمل للحفاظ على التجانس داخل مجال الدوار؟ و ماهي التطورات التي عرفتها؟ اعتقادا منا من أن ما آلت إليه علاقات الجوار مرتبط بشكل كبير بغياب هذا الإطار الموحد الذي كان يرسم و يحدد العلاقات بين أفرادها في غياب مؤسسات أخرى بديلة كان من الممكن أن تقوم بنفس الأدوار.

ب-مؤسسة الجماعة: تمثل الجماعة كشكل للتنظيم السوسيو- سياسي مؤسسة اعتمدها الحيانية من أجل تنظيم حياتهم الاقتصادية و الاجتماعية، وقد كانت تشمل مختلف السلط الإدارية السياسية و القانونية و هي على هذا المستوى لا تختلف ولا تتمايز عن مثيلاتها على مستوى المجتمع المغربي ككل، و قد مثلت إلى جانب مجالس "مجلس الفرقة أو الربع و مجلس القبيلة ما يمكن أن نسميه بأنظمة للحكم، على الأقل خلال الفترة الما قبل استعمارية و أثنائها بالنسبة لمجلسي الفرقة و القبيلة كهيئتين كان من مهامهما التنسيق و التشاور بين الوحدات المكونة للتجمع القبلي الحياني.

أما مجلس الجماعة من جهته فقد مثل القاعدة الأساسية التي تحول لها النظر في جميع مشاكل القرية أو الدوار و قد ينطق بها كل القضايا التي تهتم الجماعة ك معالجة شؤون الفلاحة: توزيع الدورة الزراعية و تنظيمها وافتتاح الموسم الفلاحي الذي كان يتم وفق طقوس معروفة تحديد مجالات الرعي، و الحكم على كل المخالفات حسب العرف و العادة، و عادة و كما مر بنا في مكان سابق ما يكون هذا المجلس ممثلا من شيوخ القرية المعروفين بتقواهم و بتجربتهم، أما بالنسبة لمجلس الفرقة أو الربع فالهدف منه كما تحكي الرواية الشفوية هو النظر في القضايا التي يعجز عن حلها مجلس الجماعة و الإعلان عن انعقاد هذا المجلس كان

يتم بواسطة الطلقات النارية أو بإيقاد نار على قمم الجبال أو إيقاد فرسان الأخبار ممثلي المجلس بتاريخ و مكان انعقاد المجلس، ومن المهام الأساسية التي كانت مناطة به النظر في القضايا المتعلقة بالرعي و المشرب و المسرح وفي الخصومات أو المفروضات المخزنية و كذلك الفصل في المخالفات و الجنايات المرتكبة في الجماعات.

في المرتبة الثالثة نجد مجلس القبيلة الذي كانت مهامه ذات طبيعة استراتيجية تهم القبيلة أو الكونفدرالية القبلية ككل تتمثل في عقد الصلح بين القبيلة و القبائل الأخرى المجاورة صيانة حدود القبيلة و المحافظة على غاباتها ومراعيتها و تأمين طرقها، الإشراف على ممارسة البيع و الشراء داخل أسواق القبيلة حسم العلاقات القائمة بين الفرق و محاولة علاجها بالطرق السلمية حفاظا على كيان القبيلة.

إذا كانت هذه الهيئات قد انمحت كليا الشيء الذي نجد له تفسيراً معقولاً في طبيعة الأهداف أو المهام التي كانت منوطة بها في الماضي و بالتالي فزوالها قد لا يثير أسئلة كثيرة، فإن طبيعة التطور الذي عرفه مجلس الجماعة و صورية المهام الموكلة إليها من جهته يطرح أكثر من سؤال باعتبار أنه هو المسؤول فيما نعتقد على التفكك الذي نلاحظه حالياً على مستوى بنية الدوار و العلاقات السائدة فيه و من ثم المجال القروي ككل حيث مثلت الجماعة في الماضي و عبر تاريخ المجال القروي ككل إطاراً موحداً للمجهودات و الرؤى في إطار تفاعل مجتمع القرية مع الطبيعة و مع الآخر القريب و البعيد: القرى الأخرى، القبائل الأخرى، المدن و السلطات المركزية و الدينية.

ما الذي نجده حالياً؟ و ماذا بقي من هذه المؤسسات؟ ينبغي أن نشير في هذا الإطار أن الجماعة كاسم، كتصور و كسلطة لا شعورية مازالت حاضرة في الأذهان، ولكنها وهنا يكمن وجه المفارقة مفهوم مجرد يتوزع بين الحضور و الغياب فالكل يتحدث عن الجماعة "الجماعة ديالنا" في بعض الحالات يتم الاستجداء بالجماعة لرفع الظلم خصوصاً لدى الفئات الفقيرة عند شعورها بتهديد ما، قد يكون من قبل أفراد القرية

الجماعة: الجماعة هي التي بناتنا" (في بعض المناسبات كذلك استقبال الحجيج، عقد اتفاق مع الفقيه، شرط الفقيه نلاحظ كذلك حضور و تداول منطوق الجماعة)، ولكن مع ذلك و على مستوى الفعل ، على مستوى الواقع لا نجد أية جماعة أو أي مجلس للجماعة لأن كل ما كان يعتبر مرتبطا بالجماعة و تجسيدا لها لم يعد له أي أثر، و بالتالي عوض هذا التكتل الذي كانت تمثله الجماعة في الماضي أصبحنا نلاحظ علاقات ثنائية هي أشبه بالولاءات داخل مجال القرية: هناك أحلاف، هناك غني واتباعه و خدامه، أصحابه في مقابل غني آخر و اتباعه لقد انتقل التضامن من أن يكون أفقيا كما تقتضي طبيعة الأشياء إلى تضامن عمودي و العلاقات التي كانت دائرية و مغلقة لا تتعدى مجال الدوار تحولت إلى علاقات مفتوحة على كل الجهات.

كذلك على مستوى المهام الأخرى التي كانت مناطة بالجماعة خصوصا المهام ذات الطبيعة الاقتصادية تنظيم الدورة الزراعية و افتتاحها مثلا لم يعد شأنا جماعيا بل كل فرد يشرع في حرث أرضه و متى أراد ولا أحد ولا أحد يمكن أن يعارضه في ذلك على مستوى التبادل كذلك لاحظنا في مناسبة سابقة، كيف أنه أصبح يتم في السرية باعتباره شأنا فرديا وليس باعتباره تبادلا بين رجالات الدوار، ودوار آخر، فرقة أو قبيلة أخرى على مستوى العلاقات مع الدواوير الأخرى كذلك نلاحظ أنها لم تعد بين رجالات الدوار و رجالات الدوار الآخرين بين إطار و إطار، بل بين أفراد و أفراد.

على مستوى الاحتفال كذلك، الولادات لم تعد يحتفل بها سوى من طرف المقربين، الختان تغلب فيه الجانب الطبي الوقائي على الجانب الاحتفالي الفولكلوري، نفس الشيء بالنسبة لحفلات الزواج حيث لم تعد تستعرض زخارفها الموروثة و ذلك لا يعود إلى غياب الامكانيات أو اختلاف في الأوراق، و لم تعد مجالا لاستعراض قوة العائلة و الدوار ككل.

بالنسبة لمؤسسات أخرى المسجد مثلا "الجامع" كمجال للمجتمع و كمؤسسة استمرارها و استمرار مهامها كان مرتبطا بالجماعة و هو نفسه عرف تغيرات مهمة هكذا فعندما نتأمل خريطة المساجد المتوزعة في المنطقة و على امتداد القبائل نجد أن ثلثي هذه المساجد أصابها التلف و بعضها الآخر ظل مغلقا إلا القليل تلك التي تستفيد من مساهمات الأحماس و هي مساهمة هزيلة على كل حال عوض ذلك الكل يؤدي واجباته الدينية في منزله و كأنه يتحاشى اللقاء مع الآخرين و بالتالي فهذه اللقاءات التي كانت يومية تتكرر باستمرار، أصبحت خاضعة لمنطق الصدفة في الأسواق الأسبوعية في القرية Village أو يوم الجمعة في المسجد الكبير أيام الأعياد كذلك، التي كانت مناسبات للقاء في هذه المساجد و تناول واجبات الفطور و ما يسبقها من محاولة إصلاح ذات البين بين المتخاصمين من أبناء الدوار أيام أصبح يحتفل بها بشكل إنفرادي من قبل كل عائلة على حدى و بالتالي فإذا كانت هناك نزاعات بين الأفراد مكوني فإنها تبقى مغلقة أو تتكف بها السلطات المحلية و التي كان فيما مضى، اللجوء إليها يعتبر خروجا عن الجماعة و تجاوزا لها(2).

2-2 القراءة السيميائية للإعلان: " عجائن قاريدو "

1. الألوان:

- ✓ الأبيض: يدل على النقاء، الصفاء، البراءة، البساطة.
- ✓ الأحمر: القوة، العظمة، السيطرة.
- ✓ الأسود: الرسمية، الأناقة، الغموض
- ✓ الأزرق: الثقة، الأمان، الاستقرار، النجاح، الهدوء، التمعن، التأمل، رمز اللانهاية، الصفاء.
- ✓ الأخضر: التطلع، التقدم، الرخاء، الطبيعة، الأمل،
- ✓ الوردي: امتزاج اللون الأحمر مع اللون الأبيض على النور

2. الأشكال:

- ✓ الدائرة: تشير إلى الأبدية، الوقت، الكمال، الدقة، الرخاء.
- ✓ المستطيل: العالمية، الاتقان.
- ✓ شباب: القوة، القدرة، التغيير، الطيش، التهور.
- ✓ فتيات: التغيير، التهور، الطيش، الإغراء، الجمال.
- ✓ سيارة: تشير إلى التحضر و المكانة الاجتماعية.
- ✓ أواني أكل عصرية: التحضر، التمدن، المجتمع الصناعي.

3. اللباس:

رموز السيادة المكانة الحديثة المرتبطة، بالصناعة و الإدارة.

✓ لباس رسمي:

✓ ربطة عنق:

✓ فساتين نسائية عصرية: تشير إلى الإغراء، الجمال، الهيبة، الأناقة، الفتنة.

♦ الجدول رقم (3)

1-3 تحليل الإعلان الثالث: "إعلان كسكس إكسترا" خلفية ثقافية

النسبة	التكرار	دلالتها	اللفظة أو العبارة
%11.20	1	تدل هذه العبارة على استحواد هذه العلامة التجارية على عرش العلامات التجارية الأخرى الخاصة بمنتوج الكسكس في الاقتصاد الجزائري	هذا كسكس إكسترا
%11.20	1	للدلالة على اعتبار الكسكس هو القاسم المشترك بين جميع مناطق المغرب العربي و رغم الاختلاف في الأعراف و التقاليد و نمط العيش السائد في هذه المناطق إلا أن هذه الأكلة تبقى الأكثر شهرة و الطبق الرئيسي دون منازع خاصة في بلدان المغرب العربي " تونس، الجزائر المغرب"	بننو معروفة في كل مكان
%11.20	1	تدل هذه العبارة على أنه رغم شاسعة الجزائر و تنوع ثقافتها و تضاريسها إلا أن طبق الكسكسي يبقى القاسم المشترك في جميع المناطق الجزائرية والتي تتفنن في تحضيره بمختلف الطرق و حسب عادات و تقاليد كل منطقة سواء في الأيام العادية أو في مناسبات الأعياد و الأفراح و حتى الأحزان.	من الشرق لغرب البلاد
%11	1	استخدمت هذه العبارة للدلالة على تعدد عادات استهلاك الجزائريين لهذا الطبق، فهم يتناولون الكسكس بالحليب أو اللبن و في الهضاب العليا يسقى بالعسل النحل و يسمى (بالمسفوف)	باللبن و لا بالعسيلة

<p>%11.20</p>	<p>1</p>	<p>تدل هذه العبارة على أن حفلات الزواج و الأفراح الجزائرية لا تكتمل إلا بتقديم طبق الكسكس كتقليد متوارث منذ مئات السنين حيث يتم تقديمه في أنية فخارية تسمى (القصعة) حتى يحتفظ الكسكس بحرارته أطول فترة ممكنة و بعد أن يفرش الكسكس في هذا الصحن الكبير المستدير يسقى بالمرق و توضع فوقه قطع اللحم في الوسط و يزين بالخضار حتى يتخذ شكل هرم تعتيبه الخضار و اللحم</p>	<p>في لعراس</p>
<p>%11.20</p>	<p>1</p>	<p>يعد الكسكس الطبق المفضل الذي يكرم به الضيف و من أشهى و أرقى الأكلات التي تحرص السيدات، على تقديمها للضيوف أو الزوار في الجزائر كعلامة أو كتعبير عن المحبة و الجود و الكرم و تدل هذه العبارة من جهة أخرى على اجتماعات العائلة الجزائرية بالأقارب و الجيران و الأحباب و لكن بصفة نسبية لما طرأ من تغير على المجتمع الجزائري التقليدي</p>	<p>ولقعدات الزينة</p>
<p>%11.20</p>	<p>1</p>	<p>نادرا ما يخلو غذاء العائلة الجزائرية في سائر الأيام من هذا الطبق المتوارث من جيل إلى جيل و يشترك الجزائريون في منحهم طبق الكسكس مكانة مرموقة في موائد أفراحهم و أحزانهم و في شتى المناسبات و حتى من دونها فأصبح يشكل اليوم</p>	<p>يرضي كل العائلة كي يفور</p>

		ارث أصيلا لا يمكن الاستغناء عنه.	
11.20%	1	يتم تحضير الكسكسي يوم الجمعة كعادة متوارثة لدى الجزائريين لأنه يوم عيد المسلمين و له قيمة خاصة في قلوب الجزائريين بالإضافة إلى وجود قيمة دينية أخرى مرتبطة بهذا الطبق من خلال تقديمه كصدقة للمساجد، مما يحرص الجزائريين على إعداد هذه الأكلة يوم الجمعة و اجتماع كل أفراد العائلة حول مائدة الطعام و يكاد يكون هذا التقليد متوارثا في جميع مناطق الجزائر.	بالجمعة
11.20%	1	تدل هذه العبارة على أن معظم الجزائريين يفضلون تناول طبق الكسكس في وجبة السحور لكن بدون مرق، حيث يدهن بكمية كبيرة من الزبدة و يخلط بالزبيب المجفف لأنه خفيف و مقاوم للعطش أثناء الصيام.	ولا في السحور
100%	9		المجموع

من خلال القراءة التحليلية للجدول يتضح أن الكسكس الجزائري يرمز إلى أصالة و حضارة و عراقة هذه المنطقة و هو الطبق التقليدي الأصيل الذي لا يغيب في الكثير من الأحيان عن موائد الجزائريين (عن موائد الجزائريين) في المناسبات و الأعياد و لا تستغني عنه العائلات في السحور خلال شهر رمضان و أصبح التنفن في إعطاء لمسة عصرية لهذا الطبق يستهوي سيدات البيوت و الفنادق و المطاعم العالمية بالإضافة إلى أنه جسر ثقافي تواصل يوحده المغرب العربي الكبير، و قد استخدمت العبارات الجامعة لهذا الوصف في الإعلان.

و هذا من خلال النسب المتساوية لها "11.20%" و قد تم انتهاج أسلوب السجع لإضفاء لمسة تقليدية لهذه العبارات بالإضافة إلى الترويج لأهمية هذا الطبق التقليدي المتوارث.

و يمكننا هنا الحديث عن تاريخية هذا الطبق الذي بات رمز من رموز عراقة الشعب الجزائري بصفة خاصة و المغربي العربي بصفة عامة توارثته الأجيال لعقود من الزمن.

"الكسكس" أو "الكسكي" أو "سيكسو" و بالأمازيغية ينطق "سيكس" أو "سكسو" أو "كسكسو" و في المغرب و الجزائر و شرق ليبيا "كسكي" أو "الكسكس" و هو وجبة مغربية جزائرية تقليدية و من الواجبات الرئيسية و المعروفة منذ القدم و التي لا تغيب طويلا عن المائدة الجزائرية خاصة فهناك من يطبخها يوميا و هي أكلة شائعة أيضا في أغلب مناطق شمال إفريقيا "ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب" و هي وجبة تخص أمازيغ الشمال الإفريقي لأنها ظلت من رمز من رموز حضارتهم حتى بعد دخول الغرب في القرن السابع.

و يعرف باحثون طبق الكسكي بكونه أكلة بربرية يعود تاريخها إلى الفترة ما بين 235 و 149 قبل الميلاد و تدل ذلك الفخاريات و بالأخص منها "الكسكاس" إضافة إلى الرسومات المكتشفة على الأواني التي وجدت بمنطقة شمال إفريقيا، أما أصل تسميته هو كلمة (سكسو) البربرية و هو قدر التبخير الذي يطهي فيه الكسكس، وهو أكلة أمازيغية كانت معروفة في مناطق شمال إفريقيا و انتقلت إلى بلدان جنوب الصحراء الإفريقية و جنوب أوروبا ، و لم يستطع أي طبق أن يزيح الكسكس عن عرشه في الجزائر منذ أزيد من ألفي سنة فرغم تعاقب الحضارات و العادات و تنوع الأكلات خاصة في ظل انتشار الإعلام السمعي، البصري صمد "الكسكي" و ظل سيد المطبخ و ملك المائدة بلا منازع.

♦ المناسبات التي يطبخ فيها الكسكس:

يتفاعل الناس في معظم الشمال الإفريقي بطبخ الكسكسي في جل مناسباتهم الاجتماعية و الدينية مثل احتفالات الأفراح و الولادة و الختان و المناسبات الدينية مثل الأعياد و المولد النبوي، و في مواسم جز الغنم و حصد الشعير بالإضافة إلى ذلك يقدم للضيوف كطبق رئيسي فهو من الوجبات التقليدية و المعروفة منذ القدم والتي لا تغيب طويلا عن المائدة فهناك من يطبخها يوميا أو 3 مرات أو 4 مرات أسبوعيا.

أما عن وجبة السحور فيفضل كل الجزائريين جعل الكسكسي طبقا رئيسيا لتلك الوجبة و يكون عادة مرفوقا بالزبيب و اللبن أو الحليب بالنظر إلى خفة الطبق واحتوائه على الطاقة و الفيتامينات التي تمكن الصائم من القدرة على مقاومة الجوع و العطش و لكن و على الرغم من منافعه ألغت بغض الأسر حضوره على موائد السحور واختارت أن تستبدل بوجبات أخرى.

♦ **المسفوف:** و هو أدق أنواع الكسكس تعتمد كثيرا من العائلات الجزائرية خاصة الميسورة منها كوجبة سحور شهر رمضان كان المسفوف يحضر في البيت من سميد و ملح و ماء و طحين يخلط بتقنية تجعل منه حبات صغيرة جدا قبل أن يتحول إلى صناعة بذاتها تصنعه مصانع خاصة تملأ به شبكات توزيع المواد الغذائية و العجائن و يكتب على العلبة عادة "كسكس دقيق" و يمزج هذا النوع من الكسكس بقليل من الزبدة مع الزبيب و يسقى بالحليب أو اللبن و هناك من يفضل تحضير هذا الطبق بالخضر بدلا من الزبيب، و المعروف عموما لدى الشعب الجزائري أنها وجبة خفيفة تساعد مستهلكها على مقاومة الجوع و بدا جليا أن كبار السن مازالوا متشبثين بهذه العادة و بنكهة هذا الطبق التقليدي.

♦ **الكسكس بالمرق:** و يعرف أيضا بكسكس "السبع خضار" و الكسكس "برأس الخروف" و الكسكس "بلحم الخروف" و لكل منها طعم مميز لكن أشهرها هو الكسكس بالمرقة في اللهجة الجزائرية و يتم تحضيره بوضع قدر كبير الحجم على النار و بداخله قطع اللحم و البصل و البهارات و الملح و الزيت و يترك الكل عشر دقائق ثم تضاف الطماطم و يترك قليلا ثم يضاف الماء و جميع أنواع الخضر

حسب الرغبة و يترك الجميع حتى ينضج اللحم و الخضار و يقل الماء و يتماسك المرق ثم يقدم في أنية فخارية كبيرة تسمى " القصعة" حتى يحتفظ بحرارته و نكهته و بعد ان يفرش الكسكس في هذا الصحن الكبير المستدير يسقى بالمرق و توضع فوقه قطع اللحم في الوسط يزين بالخضار حتى يتخذ شكل هرم تعاليه الخضار و اللحم و يكون الكسكس آنذاك جاهزا للتقديم و هو الطبق الاعتيادي لعامة الناس و خصوصا في الأعراس و المناسبات المختلفة.

♦ **الكسكس بالخضار:** و يشمل عدة أنواع من الخضروات فقط و هو الطبق المفضل لدى الأسر الجزائرية المحدودة و المتوسطة الدخل حيث يضاف لهذه الخضر القليل من الطماطم ليصبح المرق أحمر و يستعمل فيه النوع الخشن قليلا من الكسكس

♦ **الكسكس باللحم و الدجاج و الخضر:** يعتمد أساسا على الخضر الموسمية و في منطقة القبائل يستعملون " الجزر" و "الفاصولياء" معا مع إضافة " الحمص" و يكاد يميز يوم الجمعة عندهم حيث تتجمع العائلات كل أسبوع و هو طبق جزائري تقليدي ذو شعبية كبيرة و يخص أغلب الناطق الشمالية و الجنوبية و يستعمل في هذا النوع الكسكس المتوسط و يكون المرق أحمر إذا استعمل " لحم الخروف" و يكون أبيض عند استعمال " الدجاج" خاصة بالجزائر العاصمة.

♦ **الكسكس بالزبيب:** و هو شائع في منطقة البويرة ، سور الغزلان ، و يزين بالمكسرات و الفواكه الجافة خصوصا في الأفراح و المناسبات.

♦ **الكسكس بالحليب أو اللبن أو الرايب:** و هو ما يعرف بالمسفوف "كما أشرنا مسبقا" و يستعمل فيه النوع الرقيق من الكسكس و يكثر استعماله في شهر رمضان المبارك في وجبة السحور نظرا لخفته على المعدة و لقيمته الغذائية.

♦ **الكسكس بالسّمك:** و هو يقتصر على سكان شمال شرق الجزائر خاصة جيجل و أقصى الشرق.

♦ **كسكس أفورو:** خاصة بمنطقة القبائل حيث تقطع كل أنواع الخضر رفيعة و تفور مع الكسكس و يزين بالزبيب و غالبا البيض و يدهن بزيت الزيتون و يقدم أحيانا مع اللبن أو الريب.

♦ **كسكس الشعير:** يشتهر به سكان ولاية سطيف و يسمونه "بالبربوشة" و لا يأكل في أطباق بل في الجفنة سواء كانت مصنوعة من الطين أو الفخار أو الخشب (3).

و مما سبق يمكننا القول أن طبق الكسكس أكلة تقليدية متوارثة صمدت لعقود رغم التغيرات الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية الحاصلة و التطور الذي طرأ على تركيبة المجتمع الجزائري، لذا يجب المحافظة عليها و توريثها للأجيال المقبلة بالإضافة إلى التعريف بها كموروث حضاري راسخ لدى الشعب الجزائري.

3-2 القراءة السيميائية للإعلان: " كسكس أكسترا"

1. الألوان:

✓ **الأزرق الغامق:** لون العقل، يوقظ ذلك الحس بالمسؤولية يعطي شعورا بالواقعية، النضج، المقدر، الهدوء.

✓ **الأزرق الفاتح:** لون السماء يرمز إلى السمو، العمق ، الأمل.

✓ **الأبيض:** يدل على النقاء و الصفاء، النظافة، البراءة، البساطة.

✓ **الأصفر الذهبي:** يرمز للغناء، الثراء، الرفاهية، الدفء

✓ **الأخضر:** التطلع، التقدم، الرخاء، الفرح، التفاؤل، الطبيعة، الأمل، استعادة القوة.

✓ **الأحمر:** القوة، العظمة، السيطرة، الانتصار.

✓ **الأسود:** الرسمية، القوة، الأناقة، الغموض.

✓ البني: الغنى ، الوفرة، الفخامة.

2. الأشكال:

✓ الدائرة: تشير إلى الأبدية، الرخاء، الوقت، الكمال، البداية دون نهاية، الاحساس بالهدوء، الاشباع الدقة، النعومة.

✓ المربع: يشير إلى المطابقة ، التماثل، السكينة، الصلابة، الأمان و المساواة

✓ الخطوط: تعني الشعور بالقوة، الشباب، النيل، الانضباط، كما تعني الخطوط الأفقية الشعور بالصفاء و الهدوء، السكون الراحة، الخضوع.

✓ المستطيل: العالمية، الاتقان.

✓ طاوولات طعام: الطبيعة، الحقل المزرعة.

✓ رجال: العقل، النضج، التكامل، العمل.

✓ شباب: التهور، الطيش.

✓ نساء: المسؤولية، العطاء، الحنان.

✓ شيوخ: السلطة، المرجعية، الوقار، الحكمة.

✓ أواني أكل فخارية: ترمز إلى المجتمع الزراعي الرعوي.

✓ أطفال: يرمزون إلى الحياة، الحركة، اللامبالاة، الامتداد الأسري.

3. اللباس:

✓ لباس تقليدي: فرقاني ، كراكو، ألبسة احتفالية سنوية ترمز إلى التراث التقليدي الجزائري.

✓ **برنوس أبيض:** يدل على المكانة الاجتماعية الرفيعة، فالبرنوس الأبيض الذي عادة ما يكون من الصوف البيضاء كان يرتديه أعيان الدولة و كبار التجار (السيادة، الحكم، في المجتمع الزراعي و

الرعوي)

✓ **قبعة:** المكانة، الوظيفة، الدين، العمر، الجنس، البلد، العرق، الطبقة الاجتماعية.

✓ **عمامة:** السيادة، (المجتمع التقليدي)

✓ **خمار:** رمز سيميائي يشير إلى الحشمة، الانضباط، الاحترام، الدين، المبادئ.

✓ **مجوهرات:** الثراء، التمدن، التحضر.

♦ الجدول رقم (4):

1-4 تحليل الإعلان الرابع: إعلان كسكس كنزة = خلفية ثقافية

النسبة	التكرار	دلالتها	اللقطة أو العبارة
5.90%	1	استخدمت هذه العبارة للدلالة على الهيبة و الوقار التي يتميز بها رب الأسرة الجزائرية و السلطة المخولة له لممارستها على العائلة " السلطة الأبوية" و ضرورة تطبيق أوامره داخل المنزل مهما كانت وجهة نظره و أسلوب معاملته كونه، يملك الصلاحية لتسيير كل أمور أسرته.	ما تتسايش اليوم جايين ضياف و الطعام لازم يكون بنين بزاف
5.90%	1	تدل هذه العبارة على تدخل " الحماة" أم الزوجة في كل ما يخص الحياة الزوجية لابنتها و محاولة فرض سلطتها على الزوج، و نلاحظ أن هذا الأسلوب ممارس داخل معظم الأسر الجزائرية سواء التقليدية أو الحديثة.	اليوم و على الفطور وعلاش بنتي ماشينة
5.90%	1	تدل هذه العبارة على تمسك ربات البيوت قديما بتحضير الكسكس في المنزل من خلال اجتماع عدد من النسوة و فتله باليدين لاعتبارهن أنه يملك نكهة خاصة حين يتم إعداداه باليدين لأنهن يؤمنن أن الأيدي مباركة.	يا حسرة على أيام زمان طعامنا مفتول باليدين
5.90%	1	نظرا لما له من خاصية مميزة فعند طهوه تتضاعف كميته، أو ما يعرف في اللهجة الجزائرية بلفظة " يزكى" الممتدة و أحيانا	ما تصيبي كيفو محال يشهي و

		يشارك مع الجيران و تبقى كميته كبيرة منه.	يعمر العين
5.90%	1	تدل هذه العبارة على المدة الزمنية الطويلة التي تستغرق لإعداد الكسكسي قديما، و تعدد مراحل تحضيره حيث يتم، خلط السميد بطحين القمح و الملح و الماء و يبدأ التحضير بوضع جفئات من دقيق السميد ثم رشها بالماء المالح ثم يضاف الطحين و يفرك براحة اليد، ثم يضاف السميد من جديد و يرش بالماء المالح ثم يضاف دقيق القمح و يحرك الخليط و يفرك باليدين إلى أن يتحول إلى حبات صغيرة و متساوية الحجم و تفصل عنه الحبات الكبيرة و في النهاية يضاف القليل من الزيت و يترك ليطهى على البخار لمدة نصف ساعة.	وين راه الطعام لبنين اللي يحضر في ساعتين
5.90%	1	تدل هذه العبارة على التحضر السائد في أوساط المجتمع الجزائري و التي تشمل الجانب الاستهلاكي في النمط الغذائي بالدرجة الأولى و التي من بينها اقتناء كل المنتوجات الغذائية جاهزة خاصة الكسكس الذي أصبح يضع بآلات خاصة لتعويض جهد المرأة في المنزل.	يمة نا عندي كنزة طعام مفتول حبة حبة.
5.90%	1	تدل هذه العبارة على نمط آخر من التحضر و هو الأسرة الصغيرة أو ما يعرف " بالأسرة النووية" و عيشها في منزل صغير و هذا ما يظهر من خلال الوصف " ريحة تعمر كل الدار"	طعام كنزة يمة كي يفور ريحة تعمر كل الدار

5.90%	1	البساطة ميزة الكسكس و مزج الأذواق خاصية اللذة هذه العبارة تدل على العبارة التي سبقتها فتعدد تقنيات تقديم هذا الطبق جعله متعدد النكهات و كل نكهة لديها أسرار، فالكسكس بالمرق ملائم لمعظم الولايم كما يعد الطبق المفضل و المناسب لإكرام الضيف أو يفضّل معظم الناس تقديمه بأنواع الفواكه الجافة و المكسرات و هو ما يغرف بالمسفوف ففي كلتا الحالتين يملك هذا الطبق النكهة و الذوق الرائع لدى المجتمع الجزائري.	بالمرقّة ولا مسفوف البينة فيها أسرار
5.90%	1	تدل هذه العبارة على تراجع الاهتمام بذوق أو نكهة الكسكسي المحضر في البيت و غياب التمسك بالعادات و التقاليد المتعلقة بالأكل لما أصبحت تتميز به المرأة الحديثة من مسؤوليات أخرى كالخروج إلى العمل و الدراسة و غيرها هذا من جهة، و من جهة أخرى الانشغال بالحديث عن العمل و أمور الحياة الأخرى عند الاجتماع على طاولة الأكل و غض النظر عن أذواق الأطعمة التي يتم تناولها، بالإضافة إلى أن السلوك الشرائي في المجتمع الجزائري أصبح يناسب وتيرة عيش المرأة الحديثة.	فرحوا بيا كل الضيوف كنزة أحسن اختيار
29.41%	5	تطلق هذه اللفظة على الكسكس خاصة في شمال الشرقي للجزائر	الطعام
11.80%	2	تستخدم هذه الكلمة لمناداة الأم داخل العائلة الجزائرية.	يمة
5.90%	1	تستعمل هذه اللفظة في اللهجة الجزائرية للمناداة على الابنة	بنتي

		داخل الأسرة.	
المجموع	17	%100	

من خلال التحليل السابق يتضح لنا أن فكرة هذا الإعلان تلخص لنا الاختلاف أو التغيير الذي طرأ على كيفية تحضير و إعداد " الكسكس " بمرحلته الأولى بين الماضي و الحاضر من خلال التركيز على الألفاظ التالية: يمة نسبة 11.80%، و الطعام بنسبة 29.41%، و بنتي بنسبة 5.90% و تغيير طريقة إعداد هذه الأكلة بين الأجيال فأسلوب تحضير الأم الجزائرية لهذا الطبق يختلف عن أسلوب البنت و تباين إعدادها بين القديم و الحديث أصبح أمرا بديها فقديما كانت المرأة الجزائرية تستغرق ساعات لتحضيره أما اليوم فقد أصبح يصنع بآلات خاصة و تراجع حضور الكسكس المفتول باليد لدى سيدات اليوم اللواتي يبحثن على الاختصار و إنفاص الجهد في كل شيء.

فقد كان إعداد الكسكس يتطلب مهارة يدوية لا تتقنها إلا من تعودت على تحضيره و توارثته عن عائلتها فربة البيت تعطي موعدا لبعض النسوة من جيرانها و أقاربها لمساعدتها على إعداد الكسكس و هو ما يعرف " بالتويزة " و في نفس الوقت تحضر الدقيق المناسب و تختاره بنفسها مع ما يلزم من أدوات العمل مثل: الغرابيل، و القصاع، و الملاحف، و في اليوم المتفق عليه تنهض الأم باكرا و تهيء المكان و تحضر القهوة و مع وصول أولى المستدعيات يبدأ "التكسكيس" إلى أن يحضر الجميع فتصاعد وتيرة العمل وسط أهازيج و ضحكات و زغاريد النسوة وفي الناحية المقابلة تتصاعد رائحة البخور من كانون أعد لهذا الغرض في المطبخ تكون ربة البيت منهمكة في إعداد فطور الصباح و يقدم لهؤلاء النسوة و يتواصل العمل في جو مليء بالبهجة و السرور إلى أن يحين موعد الغذاء و الذي لا يمكن أن يكون سوى كسكسي بالحمص و الزبيب مع المشروبات الغازية و الغلال و خاصة الفواكه الموسمية في فصل الصيف، و ترسل الأم في هذا اليوم الاحتفالي إلى جيرانها صحنونا من الكسكسي كعربون محبة و تألف و حسن الجوار و هؤلاء يرسلن قوارير من المشروبات الغازية و بعض الحلويات إلى النسوة اللاتي يكسكن كتنشجيع لهن، و يتواصل العمل

و من العادات أن هناك من تقوم بعملية تفوير الكسكي بواسطة مقبول كبير ثم يوضع في قصاب و يغطى قبل أن ينشر في اليوم الموالي فوق السطح ليحجف تحت أشعة الشمس و يصبح حبات صلبة و من النساء من تقوم بوضعه مباشرة تحت أشعة الشمس دون تفوير .

هذه العادة و إن مازالت في بعض الأرياف فإنها تكاد تندثر في المدن فربة البيت تشتري الدقيق و تعطيه لإحدى النساء العاملات بالأجر فتعده هذه الأخيرة في بيتها و تحمله جاهزا إلى صاحبه، و من النساء أيضا من تستدعي إحدى هؤلاء العاملات إلى البيت لتحضيره و لكن بمقابل مادي، كما كان الطلب يتزايد على الكسكي المحلي " المفتول " بالطريقة التقليدية من أجل إحياء الأفراح و مختلف المناسبات الاجتماعية نظرا لشكله الجذاب و ذوقه المتميز بعد منافسة مؤقتة و غير متكافئة مع كسكي المصانع و المطاحن عاد ليحتل مجددا الريادة فتشكلت مجموعات نسائية محترفة من أجل الاسراع في إعداده بكميات كبيرة و بأنواع عديدة لكن ليس على مستوى الوطن ككل و إنما في بعض المناطق الريفية التي مازالت متمسكة بعادات و تقاليد الأجداد، و التي يظل الكسكس المفتول باليد وفق الطريقة التقليدية المفضل لديها لأنه يتميز بمذاق يختلف من الكسكي تسوقه المطاحن و المصانع و يعد في نظرهم مصدر فخر و اعتزاز و تمسك بالعادات و التقاليد الأصلية.

ويمكننا الإشارة هنا أيضا إلى طريقة أكل الكسكس نفسها فهي تخضع لطقوس معينة وسط تجمع أسري رائع إذ من المستبعد أن يحضر الكسكس لشخص واحد أو اثنين فقط هكذا جرت العادة منذ زمن، حيث أن طريقة أكله اختلفت بين الماضي و الحاضر كثيرا، فقديما كان يؤكل باليد أما اليوم فأصبح يؤكل بواسطة الملعقة و لطالما كانت هذه العادة، " التويزة " أروع صور التضامن و التكافل الاجتماعي عند سكان المنطقة، وهي الآن أقل حضورا لدى السيدات و ربات البيوت سواء في المناطق الريفية أو الحضرية، وهذا يعود إلى أسباب كثيرة من أهمها التفكك الأسري و التحول الاجتماعي من العائلة الكبيرة إلى الأسرة الصغيرة ناهيك عن

عوامل النزوح الريفي و التوسع في المدن التي رافقتها تطورات البيئة الاقتصادية خاصة من حيث التكنولوجيا الحديثة و دخول المنتجات الجاهزة.

♦ الأواني الخاصة بتحضير وجبة الكسكس:

♦ البرمة أو المقفول: وهي قدر خاصة ذات فوهة مقاسها مطابق لقعر الكسكاس.

♦ الكسكاس: وهو إناء عادة ما يكون ذو شكل أقرب للكروي مثقوب أسفله ليمسح للبخار الاتي من

الاناء السفلي بالصعود إلى السميد المبروم و يسمى الإناءين (البرمة و الكسكاس) معا في اللهجة الجزائرية.

♦ الحزامية: وهي شريط طويل من القماش يسد به الفراغ بين القدر و الكسكاس لحجز البخار و منع تسريته.

♦ طريقة عمل الكسكس: بعد طحن القمح أو الشعير حسب ما هو متوفر تغسل الأيدي و يوضع

بعض السميد في وعاء خشبي حسب عدد أفراد الأسرة و يدعك براحة اليد اليمنى بينما اليسرى تصب القليل من الماء بين الحين و الآخر و تسمى هذه العملية برم الكسكسي، و بعد فترة يتحول السميد إلى حبيبات صغيرة و بحركات بارعة من اليدين تنفصل الحبيبات و لا تلتصق و تستمر العملية حتى تتحول كلها إلى كمية كبيرة من هذه الحبيبات بعدها تمرر خلال أنية تسمى "الغريال" و هو خاص بصناعة الكسكس و يكون واسع الثقوب ثم يضاف قليل من الزيت حتى لا تتعجن أثناء الطهي، ثم يوضع الكسكس في الكسكاس و يطبخ بواسطة البخار الصاعد من " المرقعة" بمروره على حبيبات الكسكسي و يراعي تقلبيه بين الحين و الآخر و حينما يتم نضجه يوضع في إناء واسع و يرش بالماء البارد و بعد امتصاصه لكمية الماء يرجع مرة أخرى فوق البخار ليكتمل نضجه و تعاد هذه العملية مرة

أخرى، و بعدها يصبح جاهزاً ثم يضاف إليه القليل من الزبدة أو السمن و بعد ذلك يسقى بالمرق و يوضع فوقه اللحم و الخضار و يقدم(4).

4-2 القراءة السيميائية للإعلان: " كسكس كنزة "

1. الألوان:

- ✓ الأزرق: يدل على الأمان، الثقة، الاستقرار، النجاح، الهدوء، التمعن، التأمل، الصفاء.
- ✓ الرمادي: الاكتئاب، الحياء، الجدية.
- ✓ الأبيض: يدل على البراءة، البساطة، الصفاء، النقاء.
- ✓ الأخضر: التفاؤل، الطبيعة، الأمل، الفرح، التطلع.
- ✓ البنفسجي: الجمال، الكرم، التضحية.

2. الأشكال:

- ✓ المستطيل: يشير إلى العالمية و الاتقان.
- ✓ الدائرة: تشير إلى الأبدية، الوقت، الكمال، البداية دون نهاية، الاحساس بالهدوء، الدقة.

الأسرة، التكامل، العلاقات الأسرية.

- ✓ الزوج:
- ✓ الزوجة:

- ✓ أم الزوجة: ترمز إلى التقارب الأسري، الامتداد الأسري.
- ✓ أواني أكل تقليدية: ترمز إلى الحضارة، الموروث الثقافي، المجتمع الزراعي و الرعوي.

✓ عائلة مجتمعة حول مائدة الطعام: العلاقات الأسرية المتينة و القوية و تشير كذلك إلى وجود نمط العائلة الممتد.

3. اللباس:

✓ خمار: رمز سيميائي يشير إلى الحشمة و الانضباط و الاحترام، الدين المبادئ

رموز السيادة و السلطة، الحديثة المرتبطة بالصناعة و الإدارة

✓ ربطة عنق:

✓ لباس رسمي:

♦ الجدول رقم (5)

1-5 تحليل الإعلان الخامس: إعلان كاشير بلاط = خلفية تربوية.

النسبة	التكرار	دلالتها	اللفظة أو العبارة
12.5%	1	تدل هذه العبارة على الرابطة و العلاقة العاطفية بين الأم و أولادها أقوى و أعمق من علاقة الأب بهم، فالأم الجزائرية هي الأكثر دراية و معرفة بشخصية أبنائها و هي الأكثر خبرة بنقاط الضعف لديهم و كذلك نقاط القوة و لهم الأولوية الأولى في حياتها و حبها لهم مسألة فطرية لا تحتاج إلى توجيه.	أولادي أغلى ما في الوجود
12.5%	1	تدل هذه العبارة على معنى الأم الناجحة التي تهب حياتها بكل ما فيها لعائلتها تحب أطفالها بدون شروط و دون أن تنتظر منهم رد فهي تقوم بذلك فقط لأنها تقدر حياتها بوجود أبنائها و من ثم فهي تعطي دون أن تنتظر أي مقابل مادي أو معنوي	خاصة عندما أرى فرحتهم بما أقدمه لهم، فساعتهم لا

		منهم و ليس ذلك فحسب فالأم داخل العائلة الجزائرية تسعى لغرس هذه الخصال في أبنائها فهي تربيهم على العطاء و محبة والأخرين دون شروط و دون انتظار مقابل.	يقابلها ثمن.
12.5%	1	تدل هذه العبارة على أن الأمومة حالة ترى أن الصفات السامية تتجسد في تربية و رعاية الأبناء من خلال بناء شخصية الطفل و صحته و علاقاته و أخلاقياته و الأم هي من تضع حجر الأساس لنشأته	أفاجئهم بالأفضل أينما كانوا
12.5%	1	للدلالة على التحضر و التغيير الاجتماعي السائد داخل الأسرة الجزائرية من خلال تدليل الأبناء، بالإضافة إلى العمل على تنمية المستوى الذهني للأبناء من خلال اللعب لماله من أهمية في حياة الطفل ليس مجرد تسلية بل وسيلة للتعليم و تنمية المواهب.	وهم يستمتعون بأوقاتهم مع الأشياء التي يحبونها.
12.5%	1	تدل هذه العبارة على ضرورة تنشئة الأطفال و تعويدهم على الاجتماع مع العائلة ككل العائلة الكبيرة كحتمية سوسولوجية للمحافظة على استمراريتها و المحافظة على أعرافها و تقاليدها كعادة مهجورة في وقتنا الحالي و داخل المجتمع الجزائري الحديث	و تكتمل فرحتي عندما تجتمع كل العائلة كبارا و صغارا
12.5%	1	تدل هذه العبارة على انتهاج القيمة الصحية كأسلوب حديث في	فمن واجبي أن

		التنشئة الصحيحة كأسلوب حديث في التنشئة الصحيحة و السليمة للطفل الجزائري من خلال العناية بحاجاته الفيزيولوجية كونها عملية يتم فيها تشكيل معايير الفرد و قيمه و دوافعه و اتجاهاته.	أحافظ على صحتهم
12.5%	1	تدل هذه العبارة على صفة الأم الجزائرية الحديثة و المتحضرة التي تكون على اهتمام دائم بالصحة الجسمية لأولادها من خلال المراقبة المستمرة لغذائهم و اختيار كل ما هو صحي لهم و الاطلاع على الأساليب الغذائية الصحية للأطفال.	وأختار غذائهم بعناية لأرضي أذواقهم
12.5%	1	استخدمت هذه لعبارة للدلالة على الاختيار الأمثل للعلامة التجارية التي تملك كل معايير الصحة هذا من جهة ، و من جهة أخرى للدلالة على اقتناء الأغذية الجاهزة و تقديمها للأطفال و هذا ما يتناسب مع المرأة الجزائرية الحديثة التي لا تملك وقت للطهو و انشغالها بالعمل طيلة اليوم	فاخترت مجمع بلاط لأنني كلي ثقة أن غذائي ترعاه أيادي آمنة.
100%	8		المجموع

من خلال التحليل السابق يتضح أن هذا الإعلان يقوم على فكرة الترويج للتنشئة الصحية للأطفال في الجزائر من خلال العبارات التالية: أولادي أغلى ما في الوجود، فمن واجبي أن أحافظ على صحتهم و أختار غذائهم بعناية لأرضي أذواقهم، بنسبة 12.5% كأساليب إقناعيه للجمهور المستهدف وهو الأم بالدرجة الأولى و تتم هذه التنشئة من خلال الاهتمام بصحة الأبناء و تقديم الأغذية الصحية و المتكاملة لهم و إدخال كافة العناصر الغذائية الهامة في واجباتهم اليومية، و تبدأ هذه المرحلة من تربية الأمك لحينها وهو في بطنها قبل أن يخرج إلى هذه الحياة، فهي تنفرد بمرحلة لا يمكن أن يشاركها فيها

غيرها و هي مرحلة مهمة ولها دور ليس بالهين في تربية الطفل و غرس كثير من العادات فيه و هذا الأمر قد يستغربه كثير من الناس و لتوضيحه يقال أليس من الثابت طبيا أن الطفل في بطن أمه يتأثر بنوع الغذاء الذي تتناوله الأم و يتأثر بالأمراض التي تصيبها أثناء الحمل، و يتأثر بما تتناوله من أدوية، بالإضافة إلى أن علماء الطب يقرون تأثر الطفل بحالة أمه الانفعالية و هذا يؤثر في الهرمونات التي تفرزها الأم و تنتقل إلى جنينها فإذا طالت هذه الحالة فإنها ولا بد أن تؤثر على نفسية الجنين و صحته كما أن الأم إذا كانت مسرورة و سعيدة و حالتها النفسية مرتفعة فإن هذا سينعكس على صحة الطفل الجسدية و النفسية انعكاسا ايجابيا، لذا كان من المهم أن تنتبه الأم لأهمية هذه المرحلة و أهمية أن تحافظ على إتزانها النفسي و أن تحاول تجاوز المشكلات التي تثير انفعالها حفاظا على صحتها و صحة جنينها ثم يلي هذه المرحلة اختصاص الأم بالدور الأكبر في مرحلة الطفولة المبكرة فإن هذه المراحل يحتاج فيها الطفل أمه أشد الحاجة و لحكمة عظيمة يريدنا الله سبحانه - يكون طعام الطفل في هذه المرحلة من ثدي أمه و تأثير هذا على الطفل لا ينحصر في تأثيراته الصحية النافعة فحسب بل يتعدى إلى تأثيراته العظيمة على سلوك الطفل و صمته النفسية، ففي الرضاعة تغذية له بأصح و أنقى غذاء و فيها أيضا إشعار الطفل بالحنان و الدفء و العطف الذي يكون في أمس الحاجة إليه، لذا نرى الأطباء كثيرا ما ينبهون الأمهات على ضرورة أن يحرصن على ارضاع أطفالهن و أن في حالة إهمال ذلك ضرر كبير على صحة الطفل البدنية و النفسية، ثم تلي هذه المرحلة مرحلة الطفولة التي تعتبر من أهم مراحل بناء الجسم لذلك يجب الاهتمام بتغذية الطفل في هذه المرحلة لتقوية مناعته و تناول الأغذية الصحية المفيدة التي تساعد على النمو السليم للجسم، ووضع نظام غذائي متوازن و اتباعه للتقليل من المشاكل الصحية و زيادة القدرة على لتحمل بالإضافة إلى تناول كمية مناسبة من الطعام للحفاظ على وزن صحي و ممارسة التمارين الرياضية بانتظام، و يعتمد المقدار الصحيح من الغذاء للطفل على الجنس و الطول و العمر و نمط الحياة فضلا عن عوامل أخرى، كما يجب تشجيع الطفل على تناول مجموعة متنوعة من الأطعمة المختلفة (5).

و يمكننا هنا أن ننوه إلى أهم البرامج الجزائرية التي تم تحقيقها في الميدان الصحي.

خاضت الجزائر منذ الاستقلال تجربة طموحة في التنمية الصحية نظرا للدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في مجال حل مشاكلها الاجتماعية، إلا أن الطب في الجزائر كان لمرحلة طويلة لا يتجاوز دور العلاج و لكن في عام 1984م اتبعت الجزائر مخطط التنمية الصحية العمومية يهتم أساسا بالوقاية على اعتبار أن الوقاية تحافظ على صحة أفراد المجتمع بالدرجة الأولى و توفر الاقتصاد الوطني بتوفير مصاريف العلاج و فيما يلي نستعرض أهم البرامج الوطنية التي تتكفل بها الدولة:

♦ البرنامج الوطني لمكافحة الأمراض و الوفيات عند الأم و الطفل: تتجب الأمهات ذوات

الصحة الجيدة أطفالا صغارا يتمتعون بالصحة الجيدة، و لصغار الأطفال الأصحاء فرصة أفضل لينمو أصحاء ثم بالغين أصحاء و منتجين و من ثم فإن تقديم الرعاية الصحية مناسبة للأم و للطفل أمر جوهري لصحة جميع الشعوب و الانماء الاجتماعي و الاقتصادي في جميع البلدان (منظمة الصحة العالمية 133، 1981) و هذا ما يهدف إليه البرنامج من خلال تحسين الخدمات لصالح الأمهات و الأطفال و التقليل من نسبة الوفيات لدى الطرفين و ذلك بالتكفل بالأم الحامل و إجراء الفحوصات و التلقيحات و التحاليل المخبرية اللازمة و هذا ما يضمن صحة الأم و الطفل و كذلك يستمر التكفل بالمرأة أثناء و بعد الولادة و بالأطفال حديثي الولادة و قد أحرز هذا البرنامج نتائج لا يستهان بها نذكر منها:

🇩🇿 سجلت الجزائر تناقص ملحوظا في نسبة وفيات الأمهات بسبب تحسن متابعة الحمل حيث تشير الاحصائيات أن 4/5 من النساء الحوامل استفدن على الأقل من فحص واحد أثناء الحمل في المناطق الحضرية و 3/4 في المناطق الريفية إلا أن فحص واحد أثناء الحمل لا يكفي للصحة الجيدة للطرفين.

✚ و تشير الاحصائيات إلى أن الجزائر تحتل مرتبة متوسطة بين الدول المتقدمة و الدول المتخلفة في وفيات الأمهات و حسب المؤشرات فإن مرحلة ما بعد الولادة تسبب الخطر الأكبر في الوفيات إضافة إلى عدة عوامل أخرى تتمثل في تأخر عمر الزواج، عدم مراقبة الحمل، و غيرها كما أن عدد الأولاد كلما زاد كلما زادت معه خطورة وفاة الأم لذلك تتكفل الدولة ببرنامج جزئي هو البرنامج الوطني للتحكم في النمو الديمغرافي تتكفل فيه الدولة بتوفير الأدوية إلى هنا نصل إلى أن المرأة يجب أن تعي صعوبة الوضع الذي هي فيه فأبي تقصير يعود عليها و على جنينها و ذلك إنما يكون بالنتقيف و التربية الصحية التي تعلم المرأة كيف تقي نفسها و جنينها،/ و أولادها ففئة الأطفال تمثل غالبية الوفيات عموما رغم الانخفاض الذي سجلته من 63% سنة 1970م إلى 18% سنة 2000م إذ يموتون بسبب "الخنج" و هو الولادة المبكرة و نقص تنفس الجنين و له عدة أسباب إضافة إلى الالتهابات في الأسبوع الأول فهذه الخطورة تتضاعف عندما يكون الحمل غير متابع و عدم التباعد بين الولادات لمدة أقصاه 12 شهرا إضافة إلى الظروف السوسيو اقتصادية المزرية خاصة تغذية المرأة الحامل.

✚ **البرنامج الموسع للتلقيحات:** أدركت الجزائر منذ الاستقلال أهمية التلقيح و أعطته إهتماما حيث طورت التلقيح حسب مراحل عدة ابتداء من 1969م حيث تم إصدار وثيقة رسمية تجبر على التلقيح ضد الدفتيريا و السعال الديكي، السل، الجدري و منذ سنة 1993م قامت بإحداث حملة شاملة للتلقيح ضد الشلل و في عام 1977م تبنت الجزائر برنامج موسع للتلقيح و في عام 1985م تم إصدار قانون يجبر على التلقيح ضد الحصبة يلغي الاجبار على التلقيح ضد الجدري كما قامت الحكومة بإجراء أيام وطنية استذراكية للتلقيح ضد الحصبة و الدفتيريا و السعال الديكي في سنوات مختلفة إضافة إلى التلقيح ضد التهاب الكبد الفيروسي الذي أدخل رزنامة التلقيحات في 28 أوت 2000م إلى أن أصبح جاري التنفيذ سنة 2003م و بسبب ظهور أمراض أخرى مست فئات عمرية مختلفة توسع البرنامج منذ سنة 1997م ليشمل الفئات المتمدرسة المختلفة و بصفة عامة يمكن القول أن الأمراض المراقبة حاليا

بواسطة التلقيح في " الجزائر" الدفتيريا، السعال الديكي، شلل الأطفال ، الحصبة ، السل، التهاب الكبد،
و كذلك حسب رزنامة التلقيحات قد سجلت انخفاضا كبيرا إلى غاية سنة 2000 م (6).

و قد أشرنا إلى هذه المعطيات "البرامج الجزائرية التي تم تحقيقها في الميدان الصحي" لمحاولة
دراسة الواقع الصحي للأطفال في الجزائر داخل المحيط الأسري و خاصة كونه منهاج جديد
للتنشئة الصحيحة للأطفال فالتنشئة بصفة عامة لا تقتصر على الأسرة فقط و إنما تتعداه إلى
التنشئة خارج الإطار الأسري في المحيط الاجتماعي.

5-2 القراءة السيميائية للإعلان: " كاشير بلاط"

1. الألوان:

- ✓ الأزرق: يدل على الثقة، الأمان، الاستقرار، النجاح، الهدوء.
- ✓ الأبيض: يدل على النقاء، الصفاء، البراءة، البساطة.
- ✓ الأسود: الأناقة، الرسمية، الغموض، القوة.
- ✓ الأخضر: يدل على الأمل، الطبيعة، استعادته القوة، التطلع، التفاؤل، التقدم، الرخاء
- ✓ الأحمر: يدل على القوة، العظمة، السيطرة، الانتصار.

2. الأشكال:

- ✓ الدائرة: تشير إلى الأبدية، الوقت، البداية دون نهاية، الاتقان، الكمال.
- ✓ المستطيل: يشير إلى العالمية و الاتقان.
- ✓ المربع: يشير إلى المطابقة، التماثل، السكينة، الصلابة.

يرمزان إلى العائلة، التكامل الأسري و العلاقات الأسرية المتينة.

✓ الأمهات:

✓ الآباء:

✓ أطفال: الحياة، الحركة، اللامبالاة، الامتداد الأسري

✓ جدة: ترمز إلى الحكمة و الوقار، الحنان، الأم الثانية، المرجعية، السيادة النسوية.

✓ طاولة طعام: الطبيعة، الحقل، المزرعة.

3. اللباس:

✓ جلابية: ترمز إلى الحشمة و الدين، المبادئ، الاحترام.

✓ قبعة شمس: ترمز إلى التمدن، تقليد الغرب.

✓ خمار: يشير إلى الانضباط، الحشمة، المبادئ، الاحترام.

♦ الجدول رقم (6)

1-6 تحليل الإعلان السادس : إعلان شكولا ليانيس =leanis خلفية تربوية

النسبة	التكرار	دلالتها	العبرة أو اللفظة
22.22%	2	تدل هذه العبارة على التهديد و الانصياع للأوامر، كأسلوب للنهب و انتشار سلوك الانحراف و الجريمة في أوساط المجتمع الجزائري، أما لفظة "يبوجي" هي كلمة أصلها لاتيني "فرنسي" و هذا ما يوضح لنا أن المجتمع الجزائري "مجتمع فرانكفوني"	ما كان حتى واحد يبوجي
33.40%	3	استخدمت هذه العبارة للدلالة على الهيمنة و السيطرة، و الاهانة و المذلة نتيجة ما ارتسم في أذهان الجزائريين بالسياسة الاستعمارية الفرنسية التي كانت ممارسة عليهم، و اللجوء إلى العنف و التمرد للكسب و العيش	قاع فالرض
11.11%	1	تدل هذه العبارة على وجود جانبا عدوانيا تم تغليفه بجانب كوميدي و ذلك لإخفاء المستوى المعيشي المتدني لمعظم الأسر الجزائرية و انتشار البطالة ما يؤدي إلى توسع دائرة النهب و الاستيلاء ، لتلبية الحاجات الحياتية.	نوض يا بهلول مانيش عليك راني معاهم هو ما
11.11%	1	تدل هذه اللفظة على صعوبة العيش في أوساط المجتمع الجزائري و نقص و انعدام الاكتفاء الذاتي داخل الأسر الفقيرة و تدني الجانب المادي و البحث عن طرق و أساليب سلبية و غير	الدرهم

		مقبولة من أجل الاستمرار.	
11.11%	1	تدل هذه العبارة على الشعور بالحرمان وعدم عيش الطفولة السعيدة أو غياب حنان الأسرة أو التفكك الأسري و التشرذم... وغيرها، لما شهدته الجزائر من استعمار و إستعمار و عيشها فترة العشرية السوداء التي أثرت بشكل كبير على تركيبة اسر بصفة خاصة و المجتمع بصفة عامة.	أعطني شكولا حبة حبة برك نص حبة
11.11%	1	تدل هذه العبارة على وجود الأمن و الاستقرار في الجزائر و إعادة بناء الدولة الجزائرية من جديد و تغيير الأنظمة الاجتماعية التي تساهم في نشر الأمان داخل المجتمع و السهر على راحة المواطنين و محاربة الانحراف و الجريمة، و لكن يبقى الأمن داخل الجزائر متدني قليلا بسبب المستوى المعيشي و انتشار البطالة كما أشرنا مسبقا داخل بعض الأسر الجزائرية	وحيد شارك ادبير راهم جاو لابوليس
100%	9		المجموع

من خلال القراءة التحليلية لهذا الإعلان يتضح لنا أننا فكرته تقوم على ممارسة العنف أمام الأطفال في المحيط الجزائري و يدل على ذلك إلى العبارات التالية: " ما كان حتى واحد ييوجي بنسبة " 22.22% و قاع فالرض بنسبة 33.40% و يدخل هذا في إطار التنشئة الاجتماعية السيئة للطفل، من خلال التقليد الذي يعتبر السمة الأساسية لديه فهو يحاكي دائما من حوله فالأطفال الذين يعيشون ضمن بيئة مليئة بالعنوان يميلون إلى أسلوب العنف و الاضافة إلى دخولهم عالم الاكنتاب و الضياع و إدخال الرعب إلى قلوبهم و تخويفهم، و مرحلة الطفولة من المراحل الهامة في حياة الإنسان فهي تبلغ ثلث حياته كلها ففيها يتم تشكيل شخصية الإنسان و اكتساب صفات تبقى معه طول حياته و هذا يستلزم ضرورة العناية بهذه

السنوات لإكساب الطفل صحة نفسية جيدة هذا من جهة و من جهة أخرى تعتبر البيئة المحيطة عامل هام و رئيسي في تشكيل جوهر الطفل، فإذا نما في بيئة تحت على العنف و العدوان يصبح عدواني نتيجة لما يراه في محيط عيشه.

و يلعب المجتمع دورا هاما في غرس الأنماط السلوكية لدى الطفل بعد الأسرة باعتبارها المؤسسة التربوية الأولى التي يتربص فيها لذا ينبغي العناية بسبل التنشئة الاجتماعية السليمة للطفل تجنباً للوقوع في سلوكيات خاطئة و من أخطرها السلوك العدواني التي قد تبدأ بالظهور لديه نتيجة اكتسابه لها من البيئة الاجتماعية المحيطة و هذا ما نراه لدى أغلبية العائلات الجزائرية التي تجد صعوبة كبيرة في سيطرتها على أبنائها، فهناك من يقوم بتقليد تصرفات والده أو أحد جيرانه أو لأقاربه العدائية و يطبقها على إخوانه و هناك بعض الأطفال يستخدمون الأسلوب العدائي للحصول على أي شيء بالقوة نتيجة مشاهدته للأفلام و الرسوم المتحركة التي تحوي مشاهد العنف، و من جهة أخرى يتأثر بعض الأطفال بتصرفات أصدقائهم في المدرسة و تعاملهم بعدوانية، و يقول بعض علماء النفس:

- يعتبر السلوك العدواني في بعض الأحيان بمثابة مفتاح الأمان للشخص لمساعدته على التنفيس عما يعاني منه من تراكمات نفسية و اجتماعية أو نوع من السلوك الاجتماعي يهدف إلى تحقيق رغبة كبيرة في السيطرة و إيذاء الغير تعويضا عن الحرمان و النبذ (7).

و يمكننا أن نحصر كل هذه المعطيات من خلال شرح أهم النظريات المفسرة للعنف باعتبارها هذا السلوك مرتبط بعلم النفس التربوي بالدرجة الأولى:

1- **النظرية السلوكية:** ترجع هذه النظرية إلى فكرة التقليد أو المحاكاة كأساس لحدوث السلوك العنيف

حيث يلجأ الأطفال طبقاً لهذه النظرية إلى تقليد الكبار و تعلم السلوك العنيف من خلالهم، و يحدد ذلك من خلال مواقف حقيقية في الحياة أو من خلال نماذج تبث لهم من خلال الأفلام و أجهزة

التلفزيون و يرى "بندورا" في إطار نظريته في التعلم الاجتماعي أن الطفل يتعلم العدوان و العنف كما يتعلم الأنواع الأخرى من السلوك.

2- **النظرية الاقتصادية " عند وايم بنجر William Binger:** يرجع السلوك الإجرامي إلى

ظروف اجتماعية تترتب عن الأوضاع الاقتصادية المتدهورة التي يفرزها النظام الاقتصادي الرأسمالي الذي كثيرا ما يدفع الأفراد إلى الوقوع في الانحراف خاصة المنتمين منهم إلى الطبقة الفقيرة كنتيجة لمعاناتهم من المساوئ الناجمة عن هذا النظام كالبطالة و ضعف القدرة الشرائية و الشعور بالاغتراب.

3- **النظرية الثقافية:** تبنى على افتراض وجود ثقافة للعنف تجسد اتجاهات المجتمع نحو العنف مثل

تمجيد العنف في الروايات ووسائل الإعلام و اعتناق معايير اجتماعية تقوم على أفكار مثل المثل القائل " الغاية تبرر الوسيلة" و كذلك إذكاء قوانين التنافس في التعاملات الاجتماعية و الاقتصادية على النحو الذي تجعله القانون الأساسي للبقاء مما يزيد معه العنف و بذلك تصبح النتيجة النهائية وجود ثقافة تمجد العنف و تقره شريعة بينها و تبرر نماذجها في المجتمع.

4- **نظرية التفكك الاجتماعي عند روبيرت ميرتون:** يرى ميرتون أن المشاكل الاجتماعية هي

سمة مصاحبة للتقدم الصناعي في المجتمع الحديث و يصنفها إلى قسمين الأول التفكك الاجتماعي و الثاني السلوك المنحرف و العلاقة بينهما هي علاقة جدلية و تؤدي عملية الصراع التي تنشأ للتوفيق بين الأفراد و المركز إزاء الانساق الاجتماعية إلى ظهور أنواع متعددة من التفكك الاجتماعي تمتد آثارها إلى هذه الانساق ذاتها و يحدث ذلك عندما تتدخل المعايير و تتضارب القيم فيعجز النسق الاجتماعي على أداء وظائفه على النحو المرغوب فتختل بذلك علاقته بتبعية الانساق الأخرى و هو يساعد على خلق مناخ تنمو فيه المشاكل الاجتماعية و تنشط فيه الانحرافات

السلوكية، و هذه النظرية على صواب عندما قررت الترابط الاجتماعي و انسجام المعايير الاجتماعية الضابطة للسلوك بين وحدات المجتمع المختلفة، فلا شك أن اختلاف المعايير المنظمة للسلوك بين الأسرة و المدرسة مثلا يؤدي إلى صراعات داخلية و اضطرابات نفسية تقود إلى سلوك عنيف.

5- نظرية الضبط الاجتماعي: يذهب أنصار هذه النظرية إلى القول بأن العنف غريزة داخلية في

الإنسان يتم التعبير عنه عندما يفشل المجتمع في وضع قيود و ضوابط محكمة على الأفراد، تقر هذه النظرية كذلك إلى أن خط الدفاع الأول للمجتمع هي تلك المجموعات التي تشجع العنف إما الذين لا تسلط عليهم أسرهم فيتم ضبطهم و السيطرة عليهم عن طريق الشرطة و القانون إذ تدور نظرية الضبط الاجتماعي حول لافتراض مفاده أن الدافع للانحراف شيء طبيعي يوجد لدى جميع الأفراد، لكن الطاعة الامتثال هما الشيء الذي يجب أن يتعلمه الفرد فالفرد يصبح عنيفا إذا ما وجد أمامه نماذج و معايير سلوكية توظف العنف.

6- نظرية ماسلو: تشير هذه النظرية إلى أن الفرد في سياق نموه و تفاعله الاجتماعي مع الآخرين

يحتاج إلى إشباع حاجات متعددة كالحاجة إلى الحب و الأمن و التقدير الاجتماعي و غيرها من الحاجات النفسية التي وضعها في شكل مدرج هرمي يبدأ بالحاجات الفيزيولوجية و ينتهي بالحاجة إلى تحقيق الذات في قمة الهرم و انه لا بد من ضرورة إشباع هذه الحاجات حتى يشعر الفرد بالتوافق النفسي و الاجتماعي و لكن عندما يكون الطفل محروما من إشباع حاجاته النفسية و خاصة الحاجة إلى الأمن فإن ذلك ينعكس على سلوكه و بالتالي يترتب عليه عدم الاحساس بالأمن و الشعور بالنقص و ضعف الكفاءة و بالتالي يشارك الطفل سلوكيات غير مرغوبة كالعدوان و العنف (8).

6-2 القراءة السيميائية للإعلان: "شكولا LEANIS"

1. الألوان:

- ✓ الأزرق: يدل على الثقة، الأمان، الاستقرار، النجاح، التأمل، رمز اللانهاية، الصفاء، الهدوء
- ✓ البني: يرمز إلى الغنى، الوفرة، الفخامة
- ✓ الأسود: الرسمية، القوة، الأناقة، الغموض.
- ✓ الأصفر: يرمز إلى الغيرة.
- ✓ الأبيض: يدل على النقاء، الصفاء، البراءة، البساطة.
- ✓ الأحمر: القوة، العظمة، السيطرة، الانتصار،
- ✓ الأخضر: يدل على الأمل، التطلع، التقدم، الرخاء، الفرح، التفاؤل.

2. الأشكال:

- ✓ المستطيل: يرمز إلى العالمية و الاتقان.
- ✓ المربع: يشير إلى المطابقة، التماثل، السكينة، الصلابة، الأمان، المساواة.
- ✓ الدائرة: تشير إلى الأبدية، الوقت، الكمال، البداية دون نهاية، الاحساس بالهدوء
- ✓ سيارة: التحضر الطبقة الاجتماعية
- ✓ كراسي: السلطة الإدارة.
- ✓ طفل: الحركة، الحياة، اللامبالاة، الامتداد الأسري.
- ✓ شيخ كبير: الوقار، السلطة، السيادة، الحكمة، المرجعية.

✓ فتيات: الإغراء، الجمال.

✓ شباب: يرمز إلى القوة، الطيش، و التهور.

3. اللباس:

✓ قناع الوجه: الرموز الاحتفالية التنكرية في المجتمعات الغربية.

✓ لباس رسمي: السيادة الحديثة، في المجتمع الصناعي.

✓ قبعة حمراء: السيادة و الحكم في المجتمع التقليدي، الزراعي الرعوي.

✓ خمار: يرمز إلى الحشمة، الانضباط، المبادئ الدينية.

الجدول رقم (7): يمثل فئة الموضوعات:

النسبة المئوية	عدد الإعلانات	الموضوع
60%	6	اجتماعي
20%	2	ثقافي
20%	2	تربوي
100%	10	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و المتمثل في توزيع الإعلانات حسب فئة الموضوعات يتضح لنا أن أغلبها تحوي موضوعات اجتماعية و ذلك بنسبة 60% في حين 'حتلت الموضوعات الثقافية و التربوية نسبة 20% لأنه لا يمكننا دراسة الجوانب الثقافية و التربوية إلا في إطارها الاجتماعي، فالثقافة اجتماعية و التربية اجتماعية

بمعنى أن الأفراد الذين يعيشون في جماعات أو مجتمعات منظمة يشتركون في ثقافة واحدة و أسس تربوية واحدة، فالثقافة و التربية تمتلكان صفة اجتماعية بالدرجة الأولى لأنها أنماط سلوكية تنظم حياة الناس و تتسم بها جماعة إنسانية داخل مجتمع معين له مقومات واحدة و سلوكيات واحدة و مكونات واحدة.

فالإشهار يرتبط في كثير من ممارساته بالمجتمع و يعكس خصوصيات كل منظومة اجتماعية و يؤكد على هويتها و ذاتيتها و قيمها و سلوكيتها... و غيرها.

♦ الجدول رقم (8): يمثل الفترة الزمنية المخصصة لكل إعلان:

النسبة المئوية	المدة الزمنية (بالثالثة)	الإعلان
14.82%	2340	إعلان "شامية الروضة"
16%	2520	إعلان "عجائن قاريدو"
11.40%	1800	إعلان "كسكس إكسترا"
20.15%	3180	إعلان " كسكس كنزة"
17.11%	2700	إعلان " كاشير بلاط"
20.53%	3240	إعلان " شكولا Leanis"
100%	15780	المجموع

من خلال قراءة البيانات أعلاه يتبين لنا أن الإعلانات في "قناة الشروق" غالبا ما تكون محصورة بين 1800ثا = (بنسبة 11.40%) و 32.40ثا = (بنسبة 20.53%) و هذا راجع إلى الميزانية المالية الخاصة بمؤسسات إعلامية و أسلوب تعاملها مع وكالات الإشهار فسعر الإشهار التلفزيوني يتوقف على المدة التي يستغرقها، و الوحدة الإنسانية التي يتم حسابها هي الومضة التي تدوم (30 ثانية) و يقل سعر الإشهار الذي يستغرق أقل من هذا الزمن بينما يرتفع أجر الومضة التي تتجاوز هذه المدة.

و سوق الإعلان في الجزائر تتسم عموما بأنها سوق ضعيفة جدا إذا ما قورنت طبعا بسوق الإعلان العالمية التي تعرف تنامي الإنفاق الإعلاني إلى مستويات جد عالية و بوتيرة نمو قوية، لكن الملاحظ على السوق الجزائرية في غياب الاحصائيات و الأرقام أنها بدأت تنشط انطلاقا من بداية التسعينات حيث بدأ النشاط الاقتصادي يشهد حركة نوعية تحت تأثير مبادرة القطاع الخاص ونمو النشاط الإعلاني خارج الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار فالفترة الضيقة بين سنة 1977 / 1998م عرفت بنسبة نمو لسوق الإعلان في الجزائر ناهزت 14.34% حيث ارتفع مجمل الإنفاق الإعلاني من 854 مليون دج عام 1997م إلى 997 مليون دج سنة 1998م.

لكن هذا النمو رغم قوته لا يمكن مقارنته على الإطلاق بالنمو الذي تشهده الأسواق العالمية الأخرى، فرغم أن هذه الأخيرة تنمو بنسب قد تكون ضعيفة إلا أن هذه النسب ترتبط دائما بحجم إنفاق إعلاني ضخم جدا(9).

♦ الجدول رقم (9) توزيع الاعلانات حسب الجمهور المستهدف:

النسبة المئوية	الإعلان	الجمهور المستهدف
/	/	الآباء
16.70%	1: كاشير بلاط	الأمهات
/	/	الأولياء "الأب و الأم"
16.70%	1: شامية الروضة	العائلة ككل
50%	3: عجائن قاريدو "شكولا" "LEANIS" "كسكس" "إكسترا"	المجتمع المحلي
16.70%	1: كسكس كنزة الإناث	الأبناء " الذكور و الإناث"
100%	6	المجموع

تكشف البيانات أعلاه عن طبيعة الجماهير التي تتوجه إليها الإعلانات، الملاحظ هنا أن أغلب هذه الإعلانات موجهة إلى المجتمع المحلي (المجتمع الجزائري) بنسبة 50% و لكن هذه الجماهير ليست دائمة و غير مستقرة و لا يمكننا تعميم هذه النسبة على كل الاعلانات التي يتم بثها على قناة الشروق فالجمهور المستهدف يختلف من إعلان إلى آخر و من سلعة أو خدمة إلى أخرى فحين استهدفت الإعلانات الأخرى العائلات الجزائرية و الأمهات و الأبناء (الإناث) بنسبة 16.70%، و هذا راجع إلى طبيعة المنتج في حد

ذاته، كما أشرنا مسبقا من جهة و من جهة أخرى ارتباط هذه الجماهير بأنشطة المؤسسات الاقتصادية المختلفة بالإضافة إلى أن أوقات الذروة تلعب هي الأخرى دورا في تحديد الجمهور المستهدف للإعلان

♦ الجدول رقم (10): توزيع الإعلانات حسب اللغة المستخدمة:

اللغة المستخدمة	الإعلان	النسبة
لغة عامية	4	66.70%
لغة عربية فصحى	2	33.40%
تعدلية (مختلطة)	0	0%
المجموع:	6	100%

يوضح الجدول السابق أنماط اللغة المستخدمة في الإعلانات التجارية لقناة الشروق الجزائرية، حيث يتضح من البيانات الواردة مسبقا أن اللغة الأكثر استخداما في هذه الإعلانات هي في هذه الإعلانات هي اللغة العامية التي احتلت بنسبة 66.70% و هذا راجع إلى أن أغلب المعلنين التجاريين يرون أن هذه اللغة لها قدرة على تبليغ الرسالة الإعلانية إلى الجمهور ووصولها إلى أكبر شريحة ممكنة منه، و كونها لغة الخطاب اليومية المتداولة بين عامة الناس، فحين لم يتم التركيز على اللغة المختلطة (التعدلية) و احتلت اللغة العربية الفصحى 33.40% نظرا للمستوى اللغوي المتدني لدى بعض فئات المجتمع الجزائري فليس كل أفراد المجتمع متعلمين و قادرين على فهم هذه اللغة و استيعابها، إضافة إلى وجود عوامل أخرى تتدخل في تحديد طبيعة اللغة المستخدمة أبرزها سياسة المؤسسة التي تفرض نوع اللغة الإعلامية في الإعلانات التجارية، ثانيا: طبيعة المنتج في حد ذاته يحدد اللغة المناسبة للإشهار، فمثلا السلع أو الخدمات الموجهة لريبات

البيوت يروج لها عادة باللغة الدارجة أو العامية، و حين يروج المنتجات الموجهة للشباب و رجال الأعمال و إعلانات الأجهزة الإلكترونية و خدمات الاتصالات باللغة العربية الفصحى، فعموما اختيار اللغة الإعلامية للإشهار تعتبر مرحلة من مراحل تصميمه حيث يتم انتقاءها بمراعاة المستوى التعليمي للجمهور المستهدف و طبيعة المنتج و القيم السائدة في المجتمع، سياسة المؤسسة الميزانية المالية... و غيرها من العوامل المحددة لهذه اللغة.

3/ اسقاط النظرية على الدراسة التحليلية:

إن مدخل الاستخدامات و الاشباعات يعد ركيزة هامة للعديد من الدراسات الشبيهة أو التي لها علاقة مباشرة أو ضمنية مع موضوع دراستنا و ذلك نظرا لقدرته على إيصال الباحث لفهم المادة الإعلامية و التعرف على خلفياتها إضافة إلى ذلك فإن الكثير من الباحثين أجمعوا على الدور الفعال الذي تلعبه نظرية الاستخدامات و الاشباعات في مجال الإعلان، فيفضل هذا المدخل يمكن الكشف عن دلالات العملية الإعلانية من جهة و التعرف على خصائص و حاجات جمهورها و أنماط تعرضه لهذه الأخيرة من جهة أخرى، كما و يعتبر التطور التكنولوجي الذي مس الجانب الإعلاني أحد البدائل و الخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها باختياراته و تحقيق أهداف اجتماعية أو نفسية فمعظم المؤسسات الإعلامية و الإعلانية الجزائرية تعتمد على دراسة توجهات الجمهور في اختيار المضامين المختلفة لموادها.

و بما أن دراستنا تندرج ضمن البحوث التحليلية فيستحسن تطبيق مدخل الاستخدامات و الاشباعات خاصة و أن هناك تطابق بين بعض فروض المدخل و دراستنا الميدانية و يمكننا توضيح ذلك في الآتي:

♦ توقعات و حاجات الجمهور المراد إشباعها من خلال التعرض لإعلانات قناة الشروق الفضائية

و اختيار المضمون الذي يتفق مع هذه التوقعات:

1. استمرارية التفاعل و التواصل الاجتماعي و العمل على التخلص من العزلة و تقوية

العلاقات الأسرية و الاجتماعية: تعكسها الإعلانات ذات الخلفية الاجتماعية " إعلان شامية

الروضة و إن عجائن قاريدو".

2. التعرف على الذات والهوية الحضارية: تعكسها الإعلانات ذات الخلفية الثقافية، إعلان كسكس

إكسترا إن كسكس كنزة.

3. اكتساب المعرفة و المعلومات و الخبرات حول أشكال التنشئة الاجتماعية الصحيحة:

يعكسها "إن كاشير بلاط و إعلان شكولا leanis لاحتوائها على المضامين التربوية.

- أما طبيعة الإشباع المحققة من خلال التعرض لمختلف هذه الاعلانات و الخلفيات التي تعكسها

فهي تختلف من شخص لآخر حسب الفروق الفردية و السمات السيلولوجية لأفراد الجمهور كالمستوى

التعليمي و الثقافي، الجنس، العمر، المستوى المعيشي.... و غيرها.

كما ينتج عن التعرض لمختلف هاته الرسائل الإعلانية بعض الإيجابيات من بينها:

- تحقيق مزيد من الثقة بالنفس و المكانة الاجتماعية.

- الحفاظ على التقاليد و الموروث الثقافي عبر الأجيال.

- تحقيق الاستقرار و التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع.

- اكتساب معارف و قيم سلوكيات جديدة فيما يخص التنشئة الاجتماعية.

و يمكن أن نلخص هذه البيانات حسب مفاهيم النظرية فيما يلي:

الاشباع	الاستخدام	الحاجة
يتحقق الاشباع لدى الجمهور	- المضامين التربوية للإعلان.	- الحاجات المعرفية
المستهدف كل حسب خصائصه	- المضامين الثقافية للإعلان	- الحاجات الوجدانية
و أنماطه في التعرض	- المضامين الاجتماعية للإعلان.	- الحاجات الاجتماعية
		- التكاملية.

4/ النتائج العامة للدراسة:

1- نتائج الفصل الأول: " المنهجي "

من خلال البحث و جمع المعطيات المنهجية الهامة التي تساعد في المعالجة الصحيحة لدراستنا توصلنا إلى أن الموضوع الذي اخترناه كعنوان لمذكرتنا قابل للدراسة نظرا لملائمة هذه المعطيات و البيانات مع متغيرات الدراسة مما يسهل علينا وضع نقطة انطلاق لمباشرة دراستنا البحثية.

2- نتائج الفصل النظري: يعتبر الجانب النظري مرحلة مهمة و مكملة للجانب المنهجي كما يتم من

خلاله الانتقال إلى الجانب التطبيقي و قد أظهرت الدراسة النظرية لموضوعنا أنه يحوي كم معلوماتي معتبر يساهم بشكل كبير في إمكانية مناقشة و تفسير البيانات المتعلقة بالجانب الميداني و تحليلها وفق تسلسل هذه المعلومات.

3- نتائج الفصل الميداني: بعد إجراء الدراسة التحليلية لعينة من إعلانات قناة الشروق الفضائية أسفرت

هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود العديد من الدلالات الكامنة وراء استخدام الألفاظ و العبارات المختلفة في الإعلان التجاري و التي تعكس واقع المجتمع الجزائري خاصة فيما يرتبط بالجانب الثقافي و التربوي.
- تشجيع نمط العيش التقليدي في الإعلانات التجارية من خلال الاستعانة باللباس و الديكور التراثي الجزائري إضافة إلى استخدام الألفاظ و اللغة التي تعبر على ذلك.
- أن الإعلان في التلفزيون الجزائري " القطاع الخاص " يتضمن العديد من الجوانب العرفية التي تعمل على ترسيخ و نشر ثقافات جديدة في أوساط المجتمع الجزائري خاصة الإعلانات ذات الأبعاد التربوية.
- تشجيع المقومات الحضارية و الرموز الدينية و الثقافية للمجتمع من خلال الرسالة الإعلانية بهدف نشر ثقافة و قيم هذا المجتمع و العمل على استمراريتها.
- إدخال بعض العناصر الغربية عن المجتمع المحلي خاصة اللباس " إعلان عجائن فاريدو و إنان شكولا leanis " كأمثلة على ذلك في الإشهار و هذا للدلالة على المرحلة الانتقالية التي تعيشها الجزائر و انفتاحها على العالم الخارجي و مواكبتها للتطور التكنولوجي الحاصل.
- غالبية المواد الاستهلاكية على المواد الأخرى بالقنوات الجزائرية الخاصة و هذا ما يفسر دخول الجزائر مرحلة اقتصاد السوق و اعتمادها على الإعلان كنمط تجاري و ربحي.
- حضور الأبعاد الاجتماعية بصفة عامة و الثقافية و التربوية بصفة خاصة في الإعلان الصحفي التجاري.
- انعكاس الكثير من التغيرات التي طرأت على المجتمع الجزائري في شتى المجالات الثقافية، الاقتصادية الاجتماعية... و غيرها على محتوى الرسائل الاعلانية في القنوات الخاصة.
- يهدف الإعلان التجاري في الفضائيات الجزائرية الخاصة إلى ترسيخ العديد من القيم و السلوكات الثقافية و التربوية في الجمهور المستهدف.

- التزام المعلنين بقيم و مبادئ المجتمع الجزائري في إنتاج و تصميم الإعلان خاصة فيما يتعلق باللباس و المعاملات المختلفة.
- تعتمد غالبية الإعلانات التجارية على اللغة العربية الفصحى و اللغة العامية و يرجع هذا إلى عدة معايير من بينها:
 - ♦ المستوى التعليمي للجمهور المستهدف.
 - ♦ طبيعة المنتج المعلن عنه فمثلا منتج الكسكس تتلاءم في إخراج اللغة العامية نظرا لقدرتها التعبيرية على خصائصه.
 - ♦ بالإضافة إلى مراعاة طبيعة المعلن سواء كان شخص أو مؤسسة و أسلوبه في الترويج للسلع.
- لقد أسفر التغيير التكنولوجي الحاصل إلى مراعاة العديد من الجوانب الفنية في الإخراج لمختلف الإعلانات التجارية في القنوات الخاصة من خلال عدة معايير من بينها جودة الصور و الألوان و الصوت و مختلف العناصر الطبوغرافية الأخرى "الانفتاح الاقتصادي"
- تفاوت المدة الزمنية المخصصة للإعلان في قناة الشروق الجزائرية بين 0.30 ثانية و 0.54 ثانية و هذا راجع للإمكانيات المالية المحدودة لهذه القناة.
- الاستعانة بالمشاهير و الممثلين في إخراج الإعلان بهدف جذب المتلقي و التأثير فيه للإقبال على هذه السلع و المنتجات نظرا لقدرتهم على نقل الرسالة الإعلانية و توصيلها إلى الجمهور المستهدف.
- استهدفت الإعلانات التجارية أغلبية شرائح المجتمع و هذا ما يعتبر دلالة على التنوع في استهداف الجمهور.

5/ عرض النتائج في ضوء التساؤلات:

من خلال الدراسة التطبيقية لموضوع "مضامين الإعلان الصحفي التجاري المكتوب في الجزائر، دراسة وصفية تحليلية لعينة من قناة الشروق" و انطلاقا من التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي طبيعة المضمون الاجتماعي الذي يوظفه الإعلان ؟

- ماهي طبيعة المضمون الثقافي الذي يوظفه الإعلان ؟

- ماهي طبيعة المضمون التربوي الذي يوظفه الإعلان ؟

توصلنا إلى النتيجة الآتية:

أن الأبعاد التربوية و الثقافية و الاجتماعية هي أبعاد عفوية و غير مقصودة يطغى عليها الجانب الاشهاري و هذا ما يفسر غياب الاستراتيجيات الاشهارية في القطاع الخاص للسمعي البصري.

هوامش الفصل التطبيقي

- (1) حنان مالكي: الخصائص السوسولوجية للأسرة الجزائرية: التقليدية و الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثاني و العشرون، 2011، د، دار نشر، ص ص ، 44 - 55.
- (2) محمد شرقي: التحولات الاجتماعية بالمغرب من التضامن القبلي إلى الفردانية، إفريقيا الشرق، د، 2009 - الدار البيضاء ، المغرب، ص ص، 155 - 166.
- (3) موسوعة ويكيبيديا.
- (4) موسوعة ويكيبيديا.
- (5) موسوعة ويكيبيديا.
- (6) ذهبية سيدهم: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير علم الاجتماع ، تخصص تنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2004 - 2005، ص، 65 - 66.
- (7) موسوعة ويكيبيديا.
- (8) الأسود يعقوب و منصور نور الدين: علاقة العنف المدرسي بالتحصيل الدراسي من وجهة نظر المعلمين - دراسة ميدانية في متوسطات، الشهيد لسود خليفة، الشهيد حمادة العلمي، بنت لمكوشر - مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات لنيل شهادة الماستر، تخصص علم اجتماع التربية ، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، 2014 - 2015 ، ص ص 35 - 39.
- (9) هميسي نور الدين: أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة، دراسة وصفية تحليلية لصحيفة الخبر رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال فرع، وسائل الإعلام و المجتمع جامعة منتوري قسنطينة، 2005 - 2006، ص ص 119 - 120.

• شرح المصطلحات:

(1*) **الأسرة النووية:** من خلال قاموس علم الاجتماع هي جماعة بيولوجية نظامية تتكون من رجل و امرأة يقوم بينهما روابط زوجية.

(2*) **القبيلة:** هي جماعة من الناس تنتمي في الغالب إلى نسب واحد يرجع إلى جد أعلى أو اسم حلف قبلي يعد بمثابة جد و تتكون من عدة عشائر غالبا ما يسكن أفراد القبيلة إقليما مشتركا يعدونه ووطنا لهم و يتحدثون لهجة مميزة و لهم ثقافة متجانسة أو تضامن مشترك ضد العناصر الخارجية على الأقل

(3*) **العشيرة:** يعرفها دينكن ميتشيل في معجم علم الاجتماع، 1986، ص 46 على أنها: مجموعة من الأفراد تنحدر من نسب واحد و لها جد مشترك و الانتماء إليها يكون إما عن طريق النسب الأبوي أو النسب الأمي و لا يكون عن طريق النسبين

(4*) **النمط الطوطني:** يشير إلى بنو القبيلة. مثال: بنو غراب كانوا يعتقدون أن جدهم كان غراب.

(5*) **التفكير الجمعي أو الجمعي:** و هو نوع من التفكير تحاول فيه جماعة ما تقرب وجهات النظر في محاولة منهم لتجنب الدخول في صراع والوصول لاتفاق بدون نقد آراء الآخرين مع تحليل و تقييم الأفكار مما يحافظ على روح الجماعة

(6*) **الكتابات الكولونيالية:** نشأ المصطلح بالتوازي مع ازدهار الرأسمالية كقوة عملاقة صاعدة في العالم الغربي و الغزو الأوربي لآسيا و إفريقيا، ثم بلوغه المرحلة الأعلى مع القطب الأمريكي المتعاضم و المسماة بالإمبريالية إذ وجد البعض فيها رديفا له و ثمة من ربط المفهوم

ربطاً وثيقاً مع حركة التنوير و الاستكشاف و العقل المرافقة لتطور العلوم في القرن الثامن عشر.

عائزہ

خاتمة

من خلال دراستنا التي تمحورت حول "مضامين الإعلان الصحفي التجاري المسموع في الجزائر كان هدفنا الرئيسي التعرف على المضامين الاجتماعية، التربوية و الثقافية التي توظفها الإعلانات التجارية في القناة الفضائية الخاصة "الشروق TV و ذلك بالاعتماد على أداة الملاحظة و أداة تحليل المحتوى توصلنا إلى أن الإعلان التجاري في الجزائر قد سجل ظهورا واضحا عبر التلفزيون في السنوات الأخيرة باعتباره أداة للتعليم و نشر الثقافة و تدعيم المعايير الاجتماعية ، و له الأولوية في توجيه الجمهور المستهدف و تلبية رغباته رغم، ما يعانيه القطاع الخاص من نقص في إمكانياته المادية و نقص مصادر تمويله و هذا ما يؤدي إلى غياب و اهمال جانب التخطيط المسبق و عدم وضع استراتيجيات خاصة لتصميم و إخراج هذه الإعلانات من ناحية المضمون.



قائمة المصادر و المراجع

♦ قائمة المصادر و المراجع:

أولاً: باللغة العربية

1- القواميس و المعاجم:

♦ أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، د .ط، مكتبة لبنان، 1978.

♦ ترجمة: الجوهرى و حسن الشامى: قاموس و مصطلحات الانتولوجيا و الفولكلور، ط2، دار المعارف، القاهرة 1973.

2- الكتب:

♦ محمد فريد الصحن: الإعلان، د .ط، الدار الجامعية، بيروت - لبنان 1988

♦ محمد الكويفى: الإعلان الصحفى، د. ط، صفوة المواضيع و خلاصة التجربة و البحث 2014.

♦ مصطفى كافي: فن الإعلان الصحفى ، د. ط، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2016.

♦ محمد الحفناوى: الإعلان الصحفى ، ط1، دار العلوم و الإيمان للنشر و التوزيع، دسوق، 2014.

♦ محمود علم الدين: أساسيات الصحافة فى القرن الحادى و العشرين، د . ط، القاهرة 2009.

♦ هناء عبد الحليم سعيد: الإعلان، د. ط، الشركة العربية للنشر و التوزيع جامعة القاهرة 1995.

♦ محمد جمال عبد المقصود: إنتاج الإعلان الصحفى المطبوع، د . ط، العالم العربى، القاهرة 2013.

♦ دفع الله أحمد النور: الإعلان الأسس و المبادئ ، ط2، دار الكتاب الجامعى، الإمارات العربية المتحدة 2009.

♦ رستم أبو رستم: الإعلان و الدعاية فى التلفزيون د .ط، دار المعتز 2014.

♦ ماهر حامد الحولى، سالم عبد الله أبو مخدة: الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية، د .ط، د، و، ن غزة 2009.

- ♦ عبد الرحيم درويش: مقدمة إلى علم الاتصال، د . ط،؟ مكتبة تاتسي، د . ب . ن، 2005.
- ♦ مي عبد الله: نظريات الاتصال، د . ط، دار النهضة العربية بيروت 2006.
- ♦ حسن عماد مكلوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، د . ط و . د . ن . د . ب . ن، 2007.
- ♦ محمود حسن إسماعيل: مبادئ علوم الاتصال و نظريات التأثير، د . ط، الدار العالمية للنشر و التوزيع ، د . ب . ن، 2003.
- ♦ مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان ، 2000.
- ♦ فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس و مبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الاسكندرية 2002.
- ♦ نوال محمد عمر: مناهج البحث الاجتماعية و الإعلامية، د . ط، مكتبة أنجلو مصرية، القاهرة، 1968.
- ♦ علي بن عبدو أبو حميدي: تعريف الأسرة، د . ط، دار النشر الألوكة، د . ب . ن، 2017.
- ♦ نبيل حليلو: الأسرة و عوامل نجاحها، ج1، ط1 جامعة قاصدي مرياح، الجزائر، 2013.
- ♦ إلهام بنت فريح بن السعيد العويفي: أثر استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية ، ج1، ط1، وكالة كليات البنات، جدة، السعودية، 2014.
- ♦ محمد الطاهر الجوابي: المجتمع و الأسرة في الإسلام ج1، ط3، دار عالم الكتب للطباعة و النشر و التوزيع د . ب . ن . د . د . س . ن.
- ♦ مصطفى الأشرف: الأمة و المجتمع: تر: حنفي بن عيسى، د . ط المؤسسة الوطنية السادات للكتاب الجزائر 1983.

- ♦ سامية حسن: الثقافة و الشخصية، بحث في الاجتماع الثقافي، ط2، دار النهضة العربية بيروت 1983.
- ♦ إيميل دور كايم: قواعد المنهج في علم الاجتماع، تر: محمود قاسم، د . ط مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، 1961.
- ♦ غي روشيه: مقدمة إلى علم الاجتماع العام، تر: مصطفى دند شلي، ج2، ط2، مكتبة الفقيه، بيروت، 2002.
- ♦ محمد علي، غريب السيد: أحمد علي عبد الرازق حطبي: المجتمع و الثقافة، د . ط، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 1983.
- ♦ عطية عاطف: المجتمع: الدين و التقاليد، بحث في إشكالية العلاقات بين الثقافة و الدين و السياسة، د . ط، طرابلس، لبنان، 1998.
- ♦ علي أسعد وطفة: علم الاجتماع التربوي، د . ط جامعة دمشق للنشر و التوزيع، دمشق، 1993.
- ♦ صابر طعمة: منهج الإسلام في تربية النشئ و حمايته ط1، دار الجيل، بيروت، 1994.
- ♦ عليا شكري و آخرون: دراسات في علم الاجتماع العائلي د.ط، دار المعرفة الجامعية ، د . ب ، 1991.
- ♦ مصطفى بوتفنوشت: العائلة الجزائرية: التطور و الخصائص الحديثة، تر: دمر أحمد، د . ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984
- ♦ محمد السويدي: مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري : تحليل سوسيولوجي لأهم مظاهر التغيير في المجتمع الجزائري، د . ط، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1990.
- ♦ زيدان عبد الباقي: الأسرة و الطفولة، د . ط، دار الشباب للطباعة القاهرة، 1980.

♦ محمد مصطفى زيدان: النمو النفسي للطفل و المراهق و نظريات الشخصية، ط3، دار الشروق، جدة، 1990.

♦ محمد شرقي: التحولات الاجتماعية بالمغرب: من التضامن القبلي إلى الفردانية، د . ط، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء - المغرب، 2009.

3-المذكرات:

♦ نور الدين هميسي: أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة « دراسة وصفية تحليلية لصحيفة الخبر » رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، وسائل الإعلام و المجتمع جامعة منتوري، قسنطينة، 2005.

♦ مريم زعتر: الإعلان في التلفزيون الجزائري « تحليل مضمون إعلانات القناة الوطنية رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، اتصال و علاقات عامة، جامعة منتوري قسنطينة، 2007.

♦ سعيدة إيرادتشة: الإستمالات الإقناعية في الإعلان المتلفز « دراسة تحليلية مضمون إعلانات mbc، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة 2008 - 2009.

♦ عائشة بن قطب: التحضر و تغير بناء الأسرة الجزائرية « دراسة ميدانية لعينة من حي وسط حضري بمدينة البلدية رسالة ماجستير، معهد علوم الاجتماع، جامعة الجزائر، 1992 - 1993.

♦ حورية محفوظ: رغبة المرأة في إنجاب الذكور « دراسة ميدانية لمكانة الذكر وسط العائلي في الجزائر العاصمة » رسالة ماجستير، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 1996.

♦ ذهبية سيدهم: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة « دراسة تحليلية للمضامين الصحافية في جريدة الخبر » رسالة ماجستير ، علم الاجتماع ، تخصص تنمية، جامعة منتوري قسنطينة 2005 - 2004.

- ♦ الأسود يعقوب و منصورى نور الدين: علاقة العنف المدرسى بالتحصيل الدراسى من وجهة نظر المعلمين « دراسة ميدانية فى متوسطات: الشهيد لسود خليفة - الشهيد حمامة العلمى - بنت الكوشر، مذكرة مقدمة الاستكمال فى متطلبات لنيل شهادة الماستر؟، تخصص علم الاجتماع التربىة جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادى
- ♦ عبير بلحسين: الأساليب الإقناعية فى الإعلانات التجارية بالصحافة المكتوبة الجزائرية « دراسة وصفية تحليلية لعينة من جريدة الشروق اليومى و جريدة النهار» مذكرة ماستر فى علوم الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال فى التنظيمات، جامعة تبسة 2018.

4-المقالات:

- ♦ حنان مالكي: الخصائص السوسىولوجية للأسرة الجزائرية التقليدية و الحديثة مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثانى و العشرون ، د . و . ن 2011.
- ♦ عادل مرابطى و آخرون: العينة ، مجلة الوحات للبحوث و الدراسات، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 4، 2009.
- ♦ محمد البشير بن طبة: تحليل المحتوى فى بحوث الاتصال « مقارنة فى الإشكاليات و الصعوبات، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادى العدد 13، 14، ديمبر، 2014.

5-المواقع الإلكترونية:

1. أب شيرين زهير أبو عبدو: معالم السرة المسلمة فى القرآن الكريم، على هذا الرابط:
www.library.iugaza.edu.ps صفحة 14 أطلع عليه بتاريخ 2018/12/16.
2. السيد مراد سلامة: الأسرة السعيدة بين الواقع المأمول على هذا الرابط: www.alukah.net أطلع عليه بتاريخ 2018/ 12/16.

3. موسوعة ويكيبيديا www.wikipedia.org

4. Articles. Ar/bresala.net

ثانيا: باللغة الأجنبية:

- 1/ abdelghani megherbi 'le miroir aux alouettes ' (Alger :ENAL ' OPU '1985)
- 2/ Abdelghani Meghribi ' culture et personnalité dans la société Algérienne de massinissa à nos jours '(Alger : ENAL'OPU' 1986)
- 3/ B Ronislauv, valinauoski, Scientific of culture and other essays with a per
- 4/ Djamchid Bbehnam et souzina Bouraoui 'Familles musumanes etnodenité 'le défi des tradition '(paris : publisud '1986)
- 5/ Francis, E Merrill, Society and culture, introduction, to Sociology Prantice hall sociology series 4 the ED (Engelivood) C4 FFS, NG: Prentice hall 1969,
- 6/ Malinoveski, Bronislove the dynamics of culture change , edited by Phyllis,M Kabry university Press,1945.
- 7/ Milton, Rakeach, Beliefs at in Vale of organization, and change gassy Boss be havioral sciences, ferries gassy Bare; 1976.
- 8/ Nefissa Zerdoumi, Enfant d'hier, L'éducation de L'enfant en Milieu traditionnel Algérien,(paris Ve : François maspero,1979)
- 9/ Robert dexloîtres elarbi Debzi 'system de parent et structure familliale en algerie K (Alger : C.A.S.H.A.1965)
- 10/ Summer, folkuchy, a study of the sociological importance of usages, Mannes cristons Boston, New york gin and company, 1940.

الملاحق

♦ الملحق رقم 1: معلومات عامة عن قناة الشروق

- ✓ النوع: كل أنواع البرامج
- ✓ الشعار التجاري: قناة كل العائلة
- ✓ الشعار بالعربية: قناة كل العائلة
- ✓ المالك: مجمع الشروق للإعلام و النشر
- ✓ المدير: علي فضيل
- ✓ تاريخ التأسيس: التأسيس 6 مارس 2011
- ✓ تاريخ أول بث: 6 مارس 2011
- ✓ صيغة الصورة: SD/ HD
- ✓ البلد: الجزائر
- ✓ اللغة: العربية (اللغة الجزائرية)
- ✓ باقة الشروق: (القنوات: الشروق نيوز، سي بي سي بنة و الشروق TV)
- ✓ المقر الرسمي: الجزائر العاصمة
- ✓ الموقع الرسمي: [http:// echorouk online.com](http://echorouk online.com)
- ✓ ساعات البث: 24 ساعة / 24 ساعة
- ✓ أنظمة البث الأخرى: الأنترنت [tps:// tv echorouk online .com / live](tps://tv.echoroukonline.com/live)
- ✓ الشروق TV هي قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تابعة لمؤسسة الشروق ضمن باقة الشروق.

الملحق 2: صورة من إعلان شامية الروضة



الملحق 3: صورة من إعلان عجائن قاريدو



الملحق 4: صورة من إعلان كسكس إكسترا



الملحق 5: صورة من إعلان كسكس كنزة



الملحق 6: صورة من إعلان كاشير بلاط



الملحق 7: صورة من إعلان شكولا leanis



الملخص:

تهدف دراستنا هذه التي تتمحور حول مضامين الإعلان الصحفي التجاري المسموع الجزائري قناة الشروق نموذجاً إلى التعرف على أبعاد هذه المضامين و التي استطعنا من خلالها التحكم في الخطوات المنهجية للبحث العلمي بصفة عامة و أداة تحليل المضمون بصفة خاصة و قد انطلقنا من التساؤل الرئيسي التالي ما طبيعة المضامين الإعلانية التجارية المسموعة في الجزائر؟

- حيث اندرج تحت التساؤل الرئيسي ثلاث تساؤلات فرعية تدور حول المضمون الاجتماعي و الثقافي و التربوي.
- و قد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الملائم لدراستنا التي عبارة عن دراسة تحليلية وصفية و العينة المتمثلة في العينة القصدية.
- كما استخدمنا أثناء الدراسة أداة تحليل المضمون لعينة من إعلانات قناة الشروق و هذا للكشف عن مضامين الإعلان التي تستخدمها قناة الشروق في الإعلان التجاري وقد قسمت الفئات إلى قسمين: القسم الأول فئات خاصة بالشكل و المتمثلة في: فئة الزمن، فئة اللغة المستخدمة، فئة العناصر التيبوغرافية « فئة العناوين، فئة الإخراج الفني، فئة الألوان»، القسم الثاني: فئات خاصة بالمضمون: و التي تضمنت: فئة الموضوع، فئة القيم، فئة الجمهور المستهدف.
- و في الختام وصلنا إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن الأبعاد التربوية و الثقافية و الاجتماعية هي أبعاد عفوية و غير مقصودة يطغى عليها الجانب الإشهاري أي غياب الاستراتيجيات الإشهارية في القطاع الخاص .

RESUME :

- La présente étude vise mettre l'accent sur la contenus de la publicité commerciale dans la Chaîne Algérienne TV Echourouk comme modèle et afin d'identifier les différentes dimensions de ces contenus, nous avons utilisé l'analyse du contenu comme procédé méthodologique.
- Nous avons formulé la problématique suivante apparlie
- Quelle et la nature des contenus de la publicité commerciale audiovisuelle
- A partir de cette question, des questions secondaires ont été formulées :
- Quel est quel est le nature contenu social utilisé par la publicité?
- Quel est quel est le nature contenu éducatif utilisé par la publicité?
- Quel est quel est le nature contenu culturel utilisé par la publicité?
- Après avoir analysé les contenus d'un échantillon du programme publicitaire notre questionnaire en deux parties:
- Une partie réservée aux catégories au fond: catégorie du temps et catégorie de la langue employée, catégorie des éléments typographiques, cette dernière a été divisée en : catégories des titres, catégorie de réalisation technique, catégorie des couleurs.
- La seconde partie a été réservée au contenu qui contient: la catégorie des normes, la catégorie du public visé.
- L'étude en question a abouti aux résultats suivants ;
- Les dimensions éducatives, culturelles et sociales sont des dimensions sou- entendus et spontanés et dont le coté publicitaire domine par conséquent, absence de stratégies dans le secteur privé.