

القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الجزائري

دراسة تحليلية لعينة من الإشهارات المبثثة عبر قناة samira tv

*Family values in tv advertisement**Analytical study of a sample of commercials broadcasted on samira tv channel*ط.د. منصور حسام^{1*}، أ.د. حموش عبد الرزاق²¹ مخبر الفلسفة والدراسات الإنسانية والاجتماعية ومشكلات الإعلام والاتصال، جامعة 08 ماي 1945-

قالمة(الجزائر)، manseur.housseem@univ-guelma.dz

² جامعة 08 ماي 1945- قالمة(الجزائر)، hammouche.abr@gmail.com

تاريخ النشر: 2023 / 04 / 30

تاريخ القبول: 2023 / 03 / 24

تاريخ الإستلام: 2022 / 08 / 05

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في القيم الأسرية المتضمنة في الإشهارات المبثثة عبر قناة samira tv الجزائرية، والتي يتم توظيفها وتميرها من قبل المعلنين في شكل رسائل إخبارية لإستثارة المتلقي وإقناعه بفحوى تلك القيم، وهو ما دفعنا إلى إجراء دراسة تحليلية على 06 إشهارات كعينة قصدية خلال الفترة من 2021/11/27 إلى 2021/12/03، وبالاعتماد على المنهج الوصفي، وعلى تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، حيث توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الإشهارات المختارة كعينة لدراسة بقناة samira tv تضمنت قيم فردية وإجتماعية (روح الجماعة، الكرم والضيافة، التعاون) كونها منظمة للحياة الأسرية ومحقة للتماسك الأسري، كما احتوت نفس الإشهارات على قيم أسرية (الإجتماع الأسري، بر الوالدين، العدل بين الأبناء) كقيم تشترك في البناء الداخلي للأسرة وتحقق الإستقرار بين أفرادها.

الكلمات المفتاحية: القيم؛ الأسرة؛ القيم الأسرية؛ الإشهار التلفزيوني.

Abstract:

This study aims to research the family values included in the advertisements through samira tv channel, which are employed in order to convince the consumer of the content of the values, this is the reason why we conduct an analytical study on six(6) advertisements broadcasted during the period from November 27,2021 to December 03,2021, and based on the descriptive approach, content analysis and simple observation as tools for all data, the study reached a set of results, the most important is that the selected advertisements included individual and social values(group spirit, generosity, hospitality and cooperation) wich organize family life and keep family cohesion, the same advertisements also contained family values(family socialization, honoring parents and justice between children) as values that participate in the internal structure of the family and keep stability among its members.

Keywords: values; family; family values; television advertising.

1. مقدمة

لا يمكن اعتبار أي حال من الأحوال الإشهار وبما يحمله من رسائل إتصالية مجرد محرك إقتصادي ونظام للعمل التجاري، إنما هو ظاهرة إجتماعية تشمل ترويج الأفكار والمواقف والقيم التي تميز مجتمعا من المجتمعات، فيتم بذلك تعميق وترسيخ الثقافة نحو تغيير وغرس الوعي بالفكرة أو القيمة المعلن عنها، فضلا عن تدعيم السلوك وتوجيهه نحو موضوع الرسالة الإشهارية، كما أن إستخدامه للرموز الدينية والإجتماعية والأسرية تعبر عن دلالات تحدد سلوكيات وأفعال الأفراد.

وتعتبر الرسالة الإشهارية عبر التلفزيون أكثر تأثيرا جراء إستفادتها من مميزات التي تجمع بين الصورة والصوت والحركة لتعرض السلعة بصورة أقرب إلى الواقع، كما إستفاد الإشهار التلفزيوني من التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإتصال الذي ساعد على ظهور طرق جديدة في كيفية عرض السلع وتحسين رسالته المشبعة بالحاجات وملبية لقيم جمهور المستهلكين، لدورها الفعال في عملية البناء والتغيير الإجتماعي.

كما تشكل القيم الأسرية مرآة عاكسة لشخصية المجتمعات نظرا لمرونتها ونسبيتها وإختلافها من مجتمع لآخر، كونها تلعب دورا هاما في توحيد الأفراد والعائلة من التفكيك والتفرق، مادفع المعلنين للإشهارات الجزائرية الإهتمام بتصميم وترويج رسائل إشهارية تحمل في ثناياها رموز ومعاني تشترك مع القيم الأسرية للمجتمع الجزائري، والعمل على ترسيخها في ذهن المشاهد مع التأثير فيه ودفعه إلى تجسيدها، فهي قيم تساهم في ترسيخ تلك المبادئ المنظمة للحياة العائلية داخل الأسرة الجزائرية لما تحققه من صلة وتمسك وإستقرار بين أفرادها.

إنطلاقا مما سبق تحاول هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية الآتية:

ماهي القيم الأسرية المتضمنة في الإشهار التلفزيوني المبث عبر قناة samira tv الجزائرية؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية:

التساؤلات المتعلقة بالشكل:

-ماهي اللغة المستخدمة في إشهارات قناة samira tv؟

-ماهي المؤثرات الصوتية المستخدمة في إشهارات قناة samira tv؟

-ماهي اللغة الجسدية الموظفة في إشهارات قناة samira tv؟

-ماهو الجمهور المستهدف من إشهارات قناة samira tv؟

-ماهو نوع لباس الشخصيات في إشهارات قناة samira tv؟

-ماهي أماكن تصوير إشهارات قناة samira tv؟

التساؤلات المتعلقة بالمضمون:

-ماهي طبيعة المنتج المعلن عنه من خلال إشهارات قناة samira tv؟

-ماهي الشخصيات الموظفة في إشهارات قناة samira tv؟

-ماهي القيم الفردية والإجتماعية المتضمنة في إشهارات قناة samira tv؟

-ماهي القيم الأسرية المتضمنة في إشهارات قناة samira tv؟

-ماهي الأهداف المحققة من إشهارات قناة samira tv؟

-ماهي الإستراتيجيات الإقناعية المعتمدة في إشهارات قناة samira tv؟

منهج الدراسة

قد إعتدنا على المنهج الوصفي ويرجع ذلك إلى ملاءمته لدراستنا، كونه يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً، والبحوث الوصفية لا

تنحصر أهدافها في مجرد جمع الحقائق، بل ينبغي أن تتجه إلى تصنيف البيانات و الحقائق وتحليلها تحليلًا دقيقًا كافيًا، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة موضوع الدراسة (الدليبي، 2014، صفحة 149)، من خلال الوقوف على وصف وتحليل تلك الإشهارات التلفزيونية المبثة عبر قناة samira tv الجزائرية مع التركيز على القيم الأسرية التي تتضمنها.

أدوات جمع البيانات

بالنظر إلى طبيعة الدراسة وفي إطار هذا المنهج المعتمد، تم اللجوء إلى استخدام الأدوات الآتية:
-تحليل المحتوى: أو تحليل المضمون هو تقنية منسقة تخص تحليل محتوى الرسالة و طريقة معالجتها (عزي، 2013، صفحة 46)، حيث إرتأينا إلى استخدام تحليل المحتوى كونه أحد الأساليب الشائعة في الدراسات الوصفية التحليلية، والذي سنقف من خلاله على الوصف والتحليل الشكلي والضمني لإشهارات قناة samira tv عينة الدراسة.

***فئات تحليل المحتوى:** هي مجموعة من التصنيفات يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه وهدف البحث في وصف المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور. (المشهداني، 2017، صفحة 126).

فئات الشكل: هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المزمع دراسته، وتحاول الإجابة عن السؤال "كيف قيل"، حيث تم الإعتماد على الفئات التالية: فئة اللغة المستخدمة، فئة المؤثرات الصوتية، فئة اللغة الجسدية، فئة الجمهور المستهدف، فئة نوع لباس الشخصيات، فئة أماكن التصوير.

فئات المضمون: هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الضمني للمضمون المزمع دراسته، وتحاول الإجابة عن السؤال "ماذا قيل"، حيث تم الإعتماد على الفئات التالية: فئة طبيعة المنتج المعلن عنه، فئة الشخصيات، فئة القيم الفردية والإجتماعية، فئة القيم الأسرية، فئة الأهداف، فئة الإستمالات الإقناعية.

***وحدات تحليل المحتوى:** هي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى، الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم إختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة وصياغتها، وبعد ذلك يأخذ المحتوى البناء الذي ينشر فيه على الصفحة أو يذاع في الراديو أو التلفزيون.

ونظرا لطبيعة الدراسة فقد إعتدنا على:

وحدة الفكرة: وهي أكثر شيوعا في تحليل المحتوى، لأن تناولها يفيد في تحديد أكثر الفئات استخداما في الكشف عما يقوله المحتوى، (عبد الحميد، 2000، صفحة 233)، ويقصد بها في موضوع الدراسة الفكرة التي يدور حولها الإشهار المبث عبر قناة samira tv.

وحدة الشخصية: يلجأ الباحث إلى استخدام هذه الوحدة التي تركز على الشخصيات في تحليل القصص والدراما والأفلام والتمثيلات والمسلسلات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، (عبد الفتاح، 2009، صفحة 247)، ويقصد بها في موضوع الدراسة خصائص الشخصيات الممثلة في إشهارات قناة samira tv.

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في كل مايبث من إشهارات على قناة samira tv، حيث تم الإعتماد في الدراسة على العينة غير الإحتمالية القصدية، والمتمثلة في إختيار 06 إشهارات من قناة samira tv الجزائرية خلال الفترة الممتدة من 27 نوفمبر 2021 إلى 03 ديسمبر 2021.

أولا: الإطار المفاهيمي للدراسة

1. القيم (values)

1.1 لغة

كلمة القيمة هي بالإنجليزية value وباللغة الفرنسية valeur مشتقة في اللغة العربية من الفعل قام بمعنى وقف واعتدل وانتصب وبلغ وإستوى.

2.1 إصطلاحا

يعرفها الباحث زكريا عبد العزيز: هي عبارة عن الأحكام التي يصدرها الفرد بالترتيب أو عدم التفضيل للموضوعات أو الأشياء ، وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته وبين ممثل الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكتسب من خلاله هذه الخبرات والمعارف. (طرابلسي، 2010، صفحة 24).

كما تعرف على أنها: أي معنى ينطوي على مضمون واقعي وتقبله جماعة إجتماعية معينة كما أن لها معنى محددًا بحيث تصبح في ضوءه موضوعا معينًا أو نشاطا خاصا. (الأمير، 2012، صفحة 28).

2. الأسرة (family)

تعرف على أنها نسق إجتماعي، تعمل على ربط البناء الإجتماعي بالشخصية، فالقيم والأدوار عناصر إجتماعية تنظم العلاقات داخل البناء وتؤكد هذه العناصر علاقة التداخل والتفاعل بين الشخصية والبناء الإجتماعي. (مدفوني وعبان، 2018، صفحة 60).

3. القيم الأسرية (family values)

قيم الأسرة هي جزء من قيم المجتمع الذي تعيش في كنفه، مع الأخذ بالحسبان التباينات التي تحملها الأسر وإنعكاساتها على قيمه، فعل سبيل المثال القيم التي تحملها الأسرة الفلاحية تختلف عن القيم التي تحملها الأسرة العمالية، والأسرة الممتدة تختلف قيمها على الأسرة النووية... وهذا لا يلغي التشابه في إطار المحيط الإجتماعي الذي يجمع هذه الأسر. (تريكي، 2017، صفحة 81).

4. الإشهار (publicity)

1.4 لغة

يعرفه الشيرازي على أنه المجاهرة في حين أن بطرس البستاني قال أنه يعني النشر والإظهار. بينما يعرفه لاروس الصادر عن دائرة المعارف الفرنسية على أنه مجموعة الوسائل المستخدمة للتعريف بمنشأة تجارية أو صناعية لبيع منتجاتها.

2.4 إصطلاحا

يعرفه محمد العليان على أنه عملية الإتصال غير الشخصي من خلال وسائل الإتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لإيصال معلومات معينة إلى فئات معينة من المستهلكين، بحيث يفصح المعلن عن شخصيته. (غاليم، 2021، الصفحات 692-693).

يمكن تعريفه أيضا على أنه مؤسسة إجتماعية تعمل على خلق إنسجام بين المنتج والمستهلك، فهو إذن تقنية للإندماج الإجتماعي. (حمدي، 2014، صفحة 85).

5. الإشهار التلفزيوني (tv advertising)

يعرف بأنه مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل التلفزيون إلى الجمهور بقصد تعريفه بسلعة أو خدمة أو فكرة بالشكل والمضمون الذي يؤثر على معلوماته وميوله وقيمه وسلوكه الإستهلاكي وأفعاله، وسائر المقومات الثقافية الأخرى. (سطوطاح و بورقعة، 2014، صفحة 260).

ثانيا: القيم الأسرية الجزائرية

1. مفهوم القيم الأسرية الجزائرية وأبعادها

هي مجموعة المبادئ التي تعتبر محددًا وموجهًا ومعياريًا للحكم على سلوك أفراد الأسرة الجزائرية في مبدأ ومعياري حكم موجه ومحدد للسلوك ومقوم له، ويتم الكشف عنها من خلال التعبير اللفظي والسلوك العملي والوجدان والإنفعال، وتشمل القيم الإيجابية التي ينبغي تشجيع وجودها في حين القيم السلبية ينبغي التخلي عنها وعدم تشجيعها.

ويعبر عن قيم الأسرة الجزائرية بثلاث أبعاد أساسية هي:

القيم المعرفية: وهي القيم النظرية أو المتصورة وتكون عبارة عن (فكرة، تصور، مفهوم، مرجع، حكم، معتقد)، ويتصل هذا البعد بالقيمة وأهميتها ومعانيها المختلفة، وهي قيم تتعرف عليها ونفهمها ونعتمد بها وتشكل مصدرا لأحكامنا.

القيم الوجدانية: وهي القيم المفضلة والمستحبة وتكون عبارة عن (رغبة، ميل، دافعية، تفضيل ورضا) وهي قيم نستحبها ونفضلها وندافع عنها بشدة وتتعلق بها وتشكل مصدرا لإنفعالاتنا.

القيم السلوكية: وهي القيم المستعملة والواقعية والمعتنقة وتكون عبارة عن (فعل، حركة، عمل) وهي قيم نتبناها ونمارسها وتشكل مصدرا لأفعالنا. (مسامح و أم لرقاب، 2019، الصفحات 69-70).

2. أهمية القيم الأسرية الجزائرية

تلعب القيم دورا هاما في توحيد الأفراد والعائلة من التفكيك والتفرق، لذلك على كل أفراد الأسرة أن تهتم بهذه القيم العالية وتنفيذها في مسيرة الحياة اليومية وفي علاقة بعضهم ببعض، فبدونها تكون الحياة معقدة ومليئة بالمشكلات التي تؤدي إلى الضلال والفساد، وقد تتجلى أهمية القيم الأسرية في دورها البارز في بناء الأسرة الناجحة وهي:

- تلعب القيم دورا فعالا في التوافق النفسي والإجتماعي، حيث تلعب دورا هاما في عملية العلاج النفسي، وهي بذلك تهدف إلى تعديل وتصليح سلوك الأفراد، كما تحفظ الأمن وتقي من الشهور في المجتمع.
- إن القيم تدفع الأفراد إلى العمل وتوجه نشاطهم، وتعمل على حفظ نشاط الأفراد موحدا ومتناسقا،

وصيانتته من التناقض والإضطراب، قال عبد الباري: للقيم فوائد جمّة، فهي التي تشكل شخصية المسلم المتزنة، وتوحد ذاته، وتقوي إرادته.

- للقيم دور في مجال التوجيه والإرشاد النفسي، كلما كانت القيم ذات عمق واضح، كلما تم إكتسابها دون وعي، وتصبح من موجبات السلوك دون إحساس مشعور به.
 - تعمل القيم على ربط أجزاء الثقافة بعضها ببعض الآخر، فتربط العناصر المتعددة والنظم، حتى تبدو أنها متناسقة، كما أنها تعمل على إعطاء هذه النظم أساسا عقليا، يستقر في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين له.
 - تعمل القيم الأسرية على إيجاد نوع من التوازن والثبات للحياة الإجتماعية، لما كان كل أفراد المجتمع يتفق بالقيم المعينة في تنظيم الحياة، تسيير الحياة على نحو كمال. (khosim, 2013).
 - كما تعمل القيم الأسرية على إضفاء المعنى على سلوكياتنا، وتساهم في تشكيل هويتنا ووعينا الإجتماعي من خلال غرس قيم الحب والتسامح والتماسك الأسري وتعزيز الروابط بين الأفراد والأرحام.
 - تساهم القيم الأسرية في تكوين الشخصية الفعالة التي تتفاعل مع محيطها بإيجابية، وتنتج أفرادا يعززون قيم النجاح والثقة بالنفس والإستقلالة والإنضباط وحب المعرفة. (زقاوة، 2019، صفحة 03).
3. مصادر القيم الأسرية الجزائرية وخصائصها

1.3 الدين

يعتبر الدين الإسلامي مع كل ما يحمله من قداسة معتقد راسخ في تفكير وممارسات ووجدان الأسرة الجزائرية كنسق إجتماعي هام، (حيرش، 2014، صفحة 27)، فمهما كان إرتباط الدين بالمؤسسات الإجتماعية الأخرى ومهما كانت صحة مقولة أن القيم الدينية إمتداد للقيم الأسرية، فإن الدين يشكل مصدرا مهما ومباشرا لعدد من الإتجاهات القيمية، مثلما أشار إليها حلليم بركات هذا الطرح يبرر الإرتباط الشديد للأفراد بالدين وما يحمله من قيم بالأخص في المجتمع الجزائري، هذه القيم بدورها تصبح محددات للسلوك والتمثلات، بحيث يعمل الفرد على نقلها إلى الأفراد الآخرين من خلال العملية التربوية أو التنشئة الإجتماعية، هتين العمليتين لطالما إرتبطا بالأسرة، فبقدر ما يمكن إعتبار الدين كمصدر للقيم في الأسرة وممونها فإنها لايجب إنكار تحول الأسرة إلى حافظ للقيم الدينية ونشرها لها.

2.3 العادات والتقاليد والأعراف

تلعب الأسرة في المجتمع دورا أساسيا في تثبيت جذور الضبط الإجتماعي وذلك عن طريق التنشئة الإجتماعية، حيث يفرض على الفرد منذ نشأته الأولى عناصر الثقافة عن طريق عادات وتقاليد وقيم دينية مما يجعله ملتزما بإلتزاما شديدا بكل عناصر هذه الثقافة، فلقد كانت الأسرة الجزائرية محافظة على عاداتها وتقاليدها بإعتبار العادات معيارا أو قاعدة للسلوك الجمعي، وهي جزء هام من دستور الأسرة والمجتمع بصفة عامة، فالتقاليد عبارة عن طائفة من قواعد السلوك الخاصة بطريقة معينة أو طائفة إجتماعية أو بيئية محلية محدودة النطاق وهي تنشأ من الرضى والإتفاق الجمعي على إجراءات وأوضاع معينة خاصة بالمجتمع المحدود التي تنشأ فيه، إذ تعمل التقاليد بما تحمله من قيم على تنظيم وتوجيه سلوكيات الأفراد ومواقفهم. (بوطوب، 2017، الصفحات 21-22).

3.3 سلطة النظام الأبوي

بمجرد الحديث عن طبيعة الرابط الإجتماعي في الجزائر فإن التفكير يتجه مباشرة للثقافة الأبوية كونها الوسيلة التي تبنى من خلالها المعايير والقيم، وبما أن الأسرة هي بمثابة مؤسسة إجتماعية كبقية المؤسسات الإجتماعية الأخرى تبقى خاضعة لهذا المنطلق القائم على الأبوية، فحتى القيم السائدة داخل الأسرة تعمل على الحفاظ وإستمرارية هذه الثقافة الأبوية التي صارت محور وأساس العلاقات السائدة داخل الأسرة والتي تتغذى من قيم ساهمت بشكل كبير في الإبقاء عليها وإستمراريتها، فهذه الروابط الإجتماعية غالبا ما تستعمل

المقدس من أجل المحافظة على مبرراتها و أعضائها ومنه مقاومة التغيرات، فالرجوع إلى المعايير الدينية في الفضاء المنزلي يهدف إلى الحفاظ على الثقافة الأبوية وتقديسها، ولعل هذا التمسك يمثل هذه القيم (الإمتثال، الطاعة، الإنضباط) من العوامل الأساسية التي ساهمت في الإبقاء على قدسية النظام الأبوي. (بوطوب، 2017، صفحة 17).

ثالثا: الإشهار التلفزيوني

1. وظائف الإشهار التلفزيوني و أهدافه

1.1 وظائف الإشهار التلفزيوني

- الإعلام: يساهم الإشهار التلفزيوني في إحاطة المستهلك بالعلم والمعرفة عن السلع والخدمات المختلفة، فضلا عن إخباره بالمنافسة التي تتولى عملية البيع والتوزيع، ويدل المستهلك على المزايا والمكونات الخاصة بالسلعة ومنافعها واستخداماتها المختلفة وأسعارها.

- الإقناع: لا يتوقف دور الإشهار التلفزيوني عند تحقيق الإدراك والإنتباه أو تسهيل الفهم الخاص بمزايا ومنافع السلعة أو الخدمة المعلن عنها، إذ يسعى لإقناع المستهلك بالمنافع الفورية للسلعة وبضرورة شرائها أو استخدامها وفي بعض الأحيان يتم الإقناع عن طريق إستمالة الحالات الأولية للمستهلكين.

- الجذب و الإنتباه: يعمل الإشهار التلفزيوني على إضفاء الأهمية والقيمة للسلعة المعلن عنها، إذ يعتمد عادة على عملية تعريف وإخبار المستهلك بالسلع والخدمات مما قد يعطي لها درجة من الأهمية وذلك نتيجة التأثير الإيجابي المستهدف على إدراكات المستهلكين. (مال الله، 2014، الصفحات 35-36).

- التسلية والترفيه: يأتي الترفيه عادة على شكل فكاهة أو مشاهد جمالية أو رموز وتصورات يتم استخدامها لخلق محيط محابي للسلعة المعلن عنها، كما تستخدم هذه الوظيفة لتأكيد الأهداف الأساسية للإشهار التلفزيوني.

- التذكير وإعادة التأكيد: تعتبر هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي يستعان بها في العملية الإشهارية، إذ أن المستهلك في حاجة إلى إعادة مشاهدة أو سماع المادة المروج لها وهذا حتى ترسخ أكثر في ذهنه وتزيد من درجة الإنجذاب إليها. (بايو، 2009، صفحة 53).

2.1 أهداف الإشهار التلفزيوني

يهدف الإشهار التلفزيوني إلى الترويج لسلعة شركة، منتج أو ماركة معينة، بغية التأثير على كل الشرائح الإجتماعية والفئات الجماهيرية المستهدفة نذكر أهمها:

- التعريف وتقديم المعلومات عن السلع لفائدة جذب المستهلكين إلى الأسواق المستهدفة.

- تحفيز وإقناع المستهلك لشراء السلعة وتجربتها مثال إظهار الخدمات الجديدة لهذه السلعة، وهذا يجعل المستهلك أكثر إندفاعا للشراء.

- جذب الإنتباه وتسهيل فهم موضوع الخطاب الإشهاري.

- تحقيق الزيادة المستمرة في المبيعات وإستعمال الخدمات مع تشجيع قطاعات أخرى على الإنضمام لجمهور المستهلكين.

- يرفع الإشهار التلفزيوني من المستوى الفني للوسيلة، لأن التطور الجمالي الذي لحق بإخراجه، جعله إضافة جيدة يطلها المتلقون مرات عديدة.

- الربط بين المنتج وما يحققه من قيم مختلفة. (عزوز هني، 2021، الصفحات 210-211).

2. الأسس القيمية للإشهار التلفزيوني

- الفئة الأولى: المحددات البيئية والإجتماعية حيث يمكن تفسير أوجه التشابه والإختلاف بين الأفراد في ضوء إختلافات المؤثرات البيئية والإجتماعية.

- الفئة الثانية: المحددات السيكولوجية وتتضمن العديد من الجوانب كسمات الشخصية ودورها في تحديد التوجهات القيمية للأفراد.

- الفئة الثالثة: المحددات البيولوجية وتشتمل على الملامح أو الصفات الجسمية (الوزن و الطول)، والتغيرات في هذه الملامح ومايصاحبها من تغيرات في القيم. (زعت، 2008، صفحة 58).

3. إستعمال القيم في الإشهار التلفزيوني

هناك محاولات عديدة تم القيام بها في ميدان دراسة سلوك المستهلك لتفسير الطريقة التي تؤثر بها القيم على سلوك المستهلك وذلك على إعتبار أن القيم السائدة هي محصلة الظروف الثقافية القائمة، أي أن القيم من صنع البيئة الإجتماعية وتعبيرا عنها، وتشكل على أساس الميراث الثقافي وخبرات الحياة، حيث تؤثر القيم على نمط الحياة وتعتبر محددًا هامًا لسلوك المستهلك.

فقد توصل كارمن carman إلى أن القيم تربط مباشرة بنمط حياة الفرد، أما هوارد وشيت روكيش وكارمان فقد توصلوا إلى أن إختلاف تأثير القيم هو بإختلاف المواقف الشرائية، ويرى كل من لامونت وفينسون وسكون إن للقيم دورا نشطا ومتزايد في عملية إتخاذ المستهلك للقرارات الإستهلاكية وخلص بلش belch إلى وجود علاقة ذات مغزى بين القيم المختلفة والنية الشرائية بالنسبة للعديد من المنتجات، مثل العطور والملابس والأجهزة الكهربائية...، كما يساعد فهم القيم الأساسية للمستهلكين، وربطها بالمنتجات خلق فرص تسويقية جديدة، إذ تعتبر القيم ذات أهمية عند وضع الإستراتيجيات الإشهارية لعدة أسباب وهي:

- أنها تقدم مؤشرات إيجابية عن المنتجات والخدمات التي سيتم تقديمها في الإشهار.

- أنها تقترح منتجات جديدة يمكن أن تجذب المستهلكين.

- تساعد رجال الإشهار على وضع البرامج الإشهارية، حيث تشير إلى الأنشطة والمواقف التي يمكن

إستخدامها.

ويعتبر روكيش rokeach من أول الذين قاموا بإجراء بحوث القيم لإستخدامها للأغراض التسويقية والإشهارية، حيث قام بوضع قائمة تتكون من 18 قيمة مقسمة إلى قيم وسائلية تعبر عما يحتاج الفرد أن يفعله ليحقق نوع آخر من القيم والتي أطلق عليها إسم القيم النهائية.

تتضمن القيم الوسائلية مايلي: الطموح، التسامح، عقلاني أو منطقي، واسع الأفق، خدوم، محب، قادر أو متمكن، أمين، مطيع، مرح، واسع الخيال، مهذب، نظيف، مستقل، متحمل للمسؤولية، شجاع، مثقف، ضبط النفس.

كما تضمنت القيم النهائية: الحياة المريحة، الأمن العائلي، المتعة، الحياة المثيرة، الحرية، الخلود في الحياة الآخرة، الإنجاز، السعادة، إحترام الذات، السلام العائلي، الإنسجام والتناغم الداخلي، التقدير

الإجتماعي، جمال العالم، الحب الناضج، الصداقة الحقيقية، المساواة، الأمن القومي، الحكمة. (سطوطاح و بورقعة، 2014، الصفحات 262-263).

II. الجانب التطبيقي للدراسة

1. نبذة عن قناة samira tv

هي قناة تلفزيونية جزائرية على قمر نايل سات تم تأسيسها عام 2013، وهي موجهة للمرأة الجزائرية والعربية وتهتم بالطبخ الجزائري، إضافة إلى أنها تبث حصص خاصة بالخياطة والتفصيل والتدبير المنزلي وكل ما يخص شؤون البيت، كما أنها تحافظ على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري، يقع مقر القناة بالجزائر العاصمة، وتعد أول قناة جزائرية متخصصة في الطبخ تديرها سميرة بزاوية.

2. عرض البيانات وتفسيرها

1.2 المتعلقة بالشكل (كيف قيل)

الجدول 1: يمثل فئة اللغة المستخدمة في الإشهار

النسبة %	التكرار	اللغة المستخدمة
17	01	الفصحى
83	05	العامية
100	06	المجموع

يتضح من خلال الجدول 1 أن 83% من الإشهارات عينة الدراسة استخدمت اللغة العامية، في حين توظيف اللغة العربية الفصحى كان بنسبة 17%، وهذا ما يفسر لنا مدى سهولة اللغة العامية فهي بسيطة ومفهومة بين أفراد الأسرة الجزائرية، بالإضافة إلى ترسخها داخل المجتمع، الأمر الذي دفع المعلنين التركيز على العامية في عرض مختلف الإشهارات المختارة دون إهمال الفصحى، من أجل خلق شعور بالانتماء وعدم الاختلاف بين المشاهد والمعلن.

الجدول 2: يمثل فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في الإشهار

النسبة %	التكرار	المؤثرات الصوتية
50	06	الموسيقى
50	06	الصوت البشري
100	12	المجموع

بين لنا الجدول 2 أن كل الإشهارات المختارة اعتمدت في تقديمها على توظيف مؤثرات صوتية (الموسيقى، الصوت البشري) بنسبة متعادلة 50% لكل مؤثر، لكون هذه الأخيرة تلعب دورا مهما في توصيل المعاني والمعلومات و حتى الدلالات، وإستخدامها في الإشهار يضيف طابع واقعي وحركي مع تقديم المنتج للأسرة وكأنه حقيقي.

الجدول 3: يمثل فئة اللغة الجسدية الموظفة في الإشهار

النسبة %	التكرار	اللغة الجسدية
50	06	الإبتسام
50	06	الإعجاب و الدهشة
100	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 3 اعتماد الشخصيات الممتلئة في الإشهارات المختارة على الإبتسامة وكذا الإعجاب والدهشة كلفة جسدية، وكانت موظفة من طرفهم في كل الإشهارات عينة الدراسة بنسبة متعادلة (50% للإبتسامة و50% للإعجاب والدهشة)، وهذا بين لنا مدى قبول الرسائل الإشهارية والتفاعل معها لما تحمله من قيم تشاركية بين أفراد الأسر الجزائرية.

الجدول 4: يمثل فئة الجمهور المستهدف من الإشهار

النسبة %	التكرار	الجمهور المستهدف
17	01	الأسرة الممتدة
83	05	الأسرة النووية
100	06	المجموع

يبين لنا الجدول 4 وجود نوعين من الأسر كجمهور مستهدف من الإشهارات، الأسرة النووية والتي إحتلت النسبة الأكبر 83% وهذا راجع إلى إحتواء 5 إشهارات عينة الدراسة على الأب والأم والأبناء كأسرة صغيرة وهو ما يميز تركيبتها، في حين كانت نسبة 17% للأسرة الممتدة (الكبيرة) لإحتواء إشهار واحد على الجد والجددة والأبناء والأحفاد على طاولة واحدة، حيث يرجع هذا التفاوت في النسب لإعتبار أن الأسرة النووية هي الأسرة النموذج القادرة على توفير كل متطلبات أبناءها مع ضمان رفايتهم، كما أنها النوع المفضل لدى كل الأسر في المجتمع الجزائري لأنها قليلة الأفراد.

الجدول 5: يمثل فئة نوع لباس شخصيات الإشهار

النسبة %	التكرار	نوع لباس الشخصيات
00	00	تقليدي
100	06	عصري
100	06	المجموع

يتضح من خلال الجدول 5 أن اللباس العصري هو اللباس الأكثر إستعمالا بين شخصيات الإشهار بنسبة 100%، عكس اللباس التقليدي فلم يستعمل بتاتا في الإشهارات المختارة، وهذا مايفسر لنا أن من خصائص الأسرة النووية هو تجنب كل ما هو تقليدي وتبني كل ما هو معاصر تماشيا مع تطورات العصر، مع إحترام القيم الأخلاقية التي تركتها الأسرة الممتدة.

الجدول 6: يمثل فئة أماكن تصوير الإشهار

النسبة %	التكرار	أماكن التصوير
40	04	غرفة إستقبال الضيوف
10	01	غرفة النوم
50	05	المطبخ
100	10	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 6 هناك تنوع في الأماكن المختارة لتصوير الإشهارات، حيث إحتل المطبخ المرتبة الأولى بنسبة 50%، أما المرتبة الثانية فكانت لغرفة إستقبال الضيوف ب 40%، في حين أقل نسبة لغرفة النوم 10%، وهذا يوضح لنا القيمة والدور الكبير للمنزل كسقف أسري يحقق النسق الإجتماعي والإحتواء بين أفراد.

2.2 المتعلقة بالمضمون (ماذا قيل)

الجدول 7: يمثل فئة طبيعة المنتج المعلن عنه في الإشهار

النسبة %	التكرار	طبيعة المنتج
100	06	محلي
00	00	أجنبي
100	06	المجموع

يتضح من خلال الجدول 7 أن المنتجات المحلية حصلت على النسبة الكاملة 100% من الإشهارات عينة الدراسة، في حين لم يكن هناك إهتمام بالمنتجات الأجنبية من قبل المعلنين، وهذا راجع إلى طبيعة الأسرة الجزائرية و إهتمامها المشتركة على التشجيع الدائم لشراء المنتجات المحلية ودعمها.

الجدول 8: يمثل فئة الشخصيات الموظفة في الأشهار

النسبة %	التكرار	الشخصيات
33.33	06	الأم
33.33	06	الأب
33.33	06	الأبناء
100	18	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول 8 أن الشخصيات التي تم توظيفها في الإشهارات المختارة تؤدي دور الأسرة الجزائرية، حيث إحتوت كلها على شخصيات الأم، الأب، الأبناء، وكانت بنسب متساوية 33.33 لكل شخصية، وهذا لما تكسبه من أهمية لدى المعلنين في ترويج القيم العائلية والمحافظة على الترابط الأسري ومحاولة ترسيخها للمشاهد.

الجدول 09: يمثل فئة القيم الفردية والإجتماعية المتضمنة في الإشهار

النسبة %	التكرار	القيم الفردية والإجتماعية
50	05	روح الجماعة
20	02	التعاون
30	03	الكرم و الضيافة
100	10	المجموع

يوضح لنا الجدول 09 أن الإشهارات المختارة كعينة للدراسة تتضمن قيم فردية وأخرى إجتماعية، حيث إحتلت قيمة روح الجماعة على أعلى نسبة 50%، في حين قيمة الكرم والضيافة 30%، أما قيمة التعاون بنسبة 20%، وهذا يفسر لنا إهتمام المعلنين بترويج تلك القيم الأساسية المنظمة للحياة الأسرية والحث على تجسيدها من أجل تحقيق التماسك الأسري.

الجدول 10: يمثل فئة القيم الأسرية المتضمنة في الإشهار

النسبة %	التكرار	القيم الأسرية
22	02	بر الوالدين
67	06	الإجتماع الأسري
11	01	العدل بين الأبناء
100	09	المجموع

بين لنا الجدول 10 أبرز القيم الأسرية المتضمنة في الإشهارات المختارة، فقيمة الإجتماع الأسري حققت نسبة 67%، أما قيمة بر الوالدين نسبتها 22%، في حين قيمة العدل بين الأبناء كانت بنسبة 11%، فرغم وجود تفاوت بين القيم في النسب، إلا أن كلها قيم تشترك في البناء الداخلي للأسرة وتحقق الإستقرار بين أفرادها، وهو ما حاول المعلنين تمريره في رسائل إشهارية مساهمة منهم في التنشئة الإجتماعية.

الجدول 11: يمثل فئة الأهداف المحققة من الإشهار

الأهداف	التكرار	النسبة %
صلة الرحم	03	33
التكافل الأسري	06	67
المجموع	09	100

يتضح لنا من خلال الجدول 11 أن التكافل الأسري حقق أعلى نسبة 67%، أما صلة الرحم نسبتها 33%، هذا ما يوضح لنا سعي المعلنين من خلال الإشهارات المقدمة كعينة للدراسة إلى تحقيق هدف جوهري متمثل في التكافل الأسري من خلال تجسيد تلك القيم الفردية والإجتماعية وكذا الأسرية سابقة الذكر، مع الحرص والمحافظة على التواصل الدائم بين أفراد الأسرة الواحدة كقيمة واجبة حثنا الإسلام عنها.

الجدول 12: يمثل فئة الإستمالات الإقناعية المعتمدة في الإشهار

الإستمالات الإقناعية	التكرار	النسبة %
العقلية	06	50
العاطفية	06	50
المجموع	12	100

يبين لنا الجدول 12 بأن مختلف الإشهارات المختارة إعتمدت على توظيف إستمالات عاطفية وأخرى عقلية بنسبة متعادلة 50% لكل نوع، وهذا ما يفسر لنا أهمية الأساليب الإقناعية كوظيفة من وظائف الإتصال، وكذا دورها في إستثارة المتلقي مع تغيير إتجاهاته وإقناعه بقيمة موضوع الرسالة الإشهارية وأهميته وصولاً إلى الإستجابة السلوكية المطلوبة.

III. نتائج الدراسة

المتعلقة بالشكل:

- إستعمال اللغة العربية العامية في إشهارات قناة samira tv بنسبة أكبر وهذا لسهولة توظيفها، مع خلق شعور بالإنتماء والتساوي بين المتلقي والمعلن.
- إعتداد إشهارات قناة samira tv على توظيف الموسيقى والصوت البشري كمؤثرات صوتية، لكونها تساهم في توصيل المعاني والمعلومات، وتضفي طابع واقعي وحركي في تقديم المنتج لأفراد الأسرة وكأنه حقيقي.
- تركيز الشخصيات الممثلة في إشهارات قناة samira tv على الإبتسام مع الإعجاب والدهشة كلغة جسدية، وهذا لما تحققه من قبول للرسالة الإشهارية والتفاعل معها لما تحمله من قيم تشاركية بين أفراد العائلة الجزائرية.
- تسليط الضوء على الأسرة النووية كجمهور مستهدف من إشهارات قناة samira tv، مما يعني أنها الأسرة النموذج القادرة على توفير كل متطلبات أبنائها مع ضمان رفاهيتهم، كما أنه النوع المفضل لدى كل الأسر الجزائرية لكونها قليلة الأفراد.
- تظهر الشخصيات في إشهارات قناة samira tv بلباس عصري محتشم تماشياً وخصائص الأسرة النووية من جهة مع تطورات العصر من جهة أخرى.

- تنوع أماكن تصوير إشارات قناة samira tv (المطبخ، غرفة إستقبال الضيوف، غرفة النوم)، توضح لنا القيمة التي يكتسبها المنزل كسقف أسري يحقق النسق الإجتماعي والإحتواء بين أفرادها.

المتعلقة بالمضمون:

- تهتم إشارات قناة samira tv الجزائرية بترويج المنتجات المحلية مما يعني أنها الأكثر إهتماما لأفراد الأسرة الجزائرية بإعتبارها تلبى حاجاتهم الأولية.
- تركيز إشارات قناة samira tv على توظيف شخصيات (الأب، الأم، الأبناء) في دور الأسرة الواحدة، وهذا لما تكتسبه من أهمية في ترويج وترسيخ القيم العائلية النبيلة مع المحافظة على الترابط الأسري.
- تضمنت إشارات قناة samira tv قيم فردية وإجتماعية (روح الجماعة، الكرم والضيافة، التعاون)، مما يعني أنها قيم منظمة للحياة الأسرية وجب تجسيدها لتحقيق التماسك الأسري.
- تضمنت إشارات قناة samira tv قيم أسرية (الإجتماع الأسري، بر الوالدين، العدل بين الأبناء)، كونها قيم تشترك في البناء الداخلي للأسرة وتحقق الإستقرار بين أفرادها، كما تلعب دورا بارزا في التنشئة الإجتماعية.
- ركزت إشارات قناة samira tv على تحقيق هدفين (التكافل الأسري، صلة الرحم)، فالأول يتحقق من خلال تجسيد تلك القيم الفردية والإجتماعية وكذا الأسرية سابقة الذكر، أما الثاني تحقيقه يرتبط بالحرص والمحافظة على التواصل الدائم بين أفراد الأسرة الواحدة.
- إعتمدت إشارات قناة samira tv على توظيف إستمالات عقلية وأخرى عاطفية، لما تحققة الأساليب الإقناعية من أهمية كوظيفة من وظائف الإتصال، ودورها في إستمالة المتلقي مع تغيير إتجاهاته وإقناعه بفحوى الرسالة الإشهارية وصولا إلى الإستجابة السلوكية المطلوبة.

14. خاتمة

من خلال ما سبق عرضه، يتضح لنا أن الإشهار التلفزيوني الجزائري لم يعد مجرد محاولة لإقناع المتلقي بسلعة أو خدمة، بل أصبح صناعة يستطيع من خلالها المعلنين تمرير رسائل تحمل في طياتها معايير وقيم متنوعة، خاصة منها التي تهدف إلى تنظيم الحياة الأسرية مع تحقيق التماسك والإستقرار بين أفرادها، وذلك بتروسيخها لدى المشاهد ودفعه إلى تجسيدها لكونها وسيلة حديثة في التنشئة الإجتماعية.

قائمة المراجع:

- **المؤلفات:**
 - 1 - إسماعيل عبد الفتاح، البحث الإعلامي- إتجاهات وقراءات في حلقة البحث الصحفي والإعلامي، (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2009)، ص247.
 - 2 - سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (لبنان: دار الكاتب الجامعي، 2017)، ص126.
 - 3 - عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، (تونس: الدار المتوسطية للنشر، 2013)، ص46.
 - 4 - عصام حسن الدليمي، البحث العلمي أسسه ومناهجه، (عمان: دار الرضوان للنشر والتوزيع، 2014)، ص149.
 - 5 - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص233.
 - 6 - وعد إبراهيم الأمير، دور التلفزيون في قيم الأسرة، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2012)، ص28.
- **المقالات:**
 - 7 - إبراهيم مال الله، دور الإعلانات التلفزيونية في تشجيع السلوك الشرائي للمستهلك: دراسة مسحية لعينة من جمهور محافظة أربيل، مجلة العلوم الحديثة والتراثية، المجلد02، العدد 01، 2014، ص ص35-36.
 - 8 - أحمد زقاوة، إنعكاسات العولمة الثقافية على القيم الأسرية، مجلة الكلمة، المجلد2، العدد 86، 2019، ص 03.
 - 9 - جمال الدين مدفوني، سيف الدين عبان، أثر وسائل الإعلام على الدور التربوي للأسر الجزائرية في ظل التغيير الإجتماعي، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد02، العدد 09، 2018، ص 60.

- 10 - حسان تريكي، تغير القيم الأسرية في المجتمع الجزائري المعاصر: دراسة تحليلية، مجلة الرواق، المجلد 03، العدد 09، 2017، ص 81.
- 11 - حيزية عزوز هني، تمثلات الخطاب الإشهاري التلفزيوني و آليات إشتغاله، مجلة نتائج الفكر، المجلد 05، العدد 02، 2021، ص ص 210-211.
- 12 - رضا حيرش، علاقة القيم التقليدية للأسرة الجزائرية بالتفكير الناقد، المجلة الجزائرية للطفولة والتربية، المجلد 02، العدد 03، 2014، ص 27.
- 13 - سميرة سطوطاح، سمية بورقعة، القيم في الإشهار التلفزيوني وتوجيه السلوك الإستهلاكي للأفراد: دراسة ميدانية تحليلية لعينة من إشهارات القناة الأولى، مجلة العلوم الإجتماعية، المجلد 08، العدد 01، 2014، ص ص 260-263.
- 14 - عبد الوهاب غالم، اللغة ونهاية الإشهار في السياق السوسيوثقافي الجزائري: دراسة في علاقة لغة الإشهار بتراجع فعاليته، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 14، العدد 01، 2021، ص ص 692-693.
- 15 - فيصل بوطوب، الأسرة والقيم: مقارنة سوسولوجية لمسألة تغير القيم في الأسرة الجزائرية، مجلة آفاق فكرية، المجلد 05، العدد 01، 2017، ص ص 17-22.
- 16 - محمد الفاتح حمدي، أثر الإعلان التلفزيوني على قيم وسلوكيات الشباب الجزائري، مجلة العلوم الإجتماعية، المجلد 03، العدد 05، 2014، ص 85.
- 17 - وهيبه مسامح، سمية أم لرقاب، تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على منظومة القيم في الأسرة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة سطيف، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 02، العدد 03، 2019، ص ص 69-70.

• الأطروحات والمذكرات:

- 18 - أمينة طرابلسي، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال: دراسة وصفية تحليلية لإعلانات قناة سبي ستون الفضائية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2010، ص 24.
- 19 - جازية بابو، الإشهار في التلفزيون الجزائري الممارسة والتمويل 2000-2007، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2009، ص 53.
- 20 - مريم زعتر، الإعلان في التلفزيون الجزائري: تحليل مضمون إعلانات القناة الوطنية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2008، ص 58.

• مواقع الانترنت:

- 21 - Norullisza khosim (2013)، القيم الأسرية: أهميتها وواجب الإنسان نحوها في ضوء القرآن الكريم، رابط الموقع: <http://www.researchgate.net/publication/326293498> (19/12/2021)