

لقد أدى اتساع البث الرقمي وهتافل القنوات الفضائية ، إبل تزايد أهمية التلفزيون كوسيلة تطبع حياتنا اليومية . فأصبح إنسان أألفية الثالثة يتعرض باستمرار إبل سيل من الصور ملتدفة عرب الشاشة الصغرية ؛ منها ما يتلقاه عرب الملتوايت الذهنية الواعية، و منها ما يستقبله بطريقة آلية دون منحه أهمية، إال أنه يشكل يف عقله بناءات لصور ذهنية ترتسخ مع التكرار و الزمن لتطبع ذاكرته على املدى القصري أو ربما تستقر هبا مدى احياة . و من بني الفنون البصرية اليت تروج هلا هذه الوسيلة ، يعترب إالشهار من أهم أالشكا اليت تستحوذ على أزمنة معتربة من فضاء البث التلفزيوني، فهو عملية اتصالية تقوم على اسراتاجية إبالغية قائمة على الإقناع ، مستعملة يف ذلك كل وسائل التواصل إالنساين من كلمة وصور ورموز و حركات، هبفد التأثري على املتلقى - املتتهلك و الدفع به إبل اقتناء منتج ما ، التسليم بأهميته وتفضيله على ابقى املتنتجات الأخرى . و يعود تزايد أهمية و مكانة إالشهار يف هناية القرن العشرين و مطلع القرن الواحد و العشرين إبل تزامن نسقني أساسيني : يتمثل النسق أألو يف تطور الرأسمالية و ما أحدثه ذلك من انفجار إنتاجي أغرق احلاجات و الرغبات الإنسانية يف كم ال متناهي من السلع و املتنتجات املتختلفة و املتشاهبة يف الوقت نفسه. و يف ظل احتدام املتنافسة التجارية بني الشركات، ال سيما العابرة للقارات اليت عرفت انتشارا واسعا و اكتساحا هائلا لألسواق العاملة، برز إالشهار كسالح أثري ذو أهمية قصوى لضمان ترويج السلع و اخلدمات لى أكرب عدد من املتستهلكني. فيتتمثل يف الثورة أو الانفجار اتصالي الذي شهدته هناية القرن العشرين مما مسح بتوسيع املقام اخلطاب و نفوذ اخلطاب الشهاري إبل ما ال ميكن أن حيصى من املتلقني . لقد أصبح الشهار عرب وسيلة التلفزيون عسبا أساسيا يف عملية الترويج و التسويق للسلع و اخلدمات يف الوقت الراهن من جهة ، و مداخل أساسيا من مداخل التنشئة الستهالكية و التلقني الثقاف من جهة اثنية . و يعود ذلك ابلدرجة أألول ملا ختتص به الرسالة الشهارية من مميزات جتعل منها مادة أكثر ترسخا يف أألذهان يف زي مسل و ممتع ، احركات و أألوان ، أألغاين واملوسيقى املرافقة هلا، الشخصيات املشهورة اليت تعرض السلع . و ابعباره صريورة خطابية، يعتمد الشهار على مبدأ استمالة أأخر و ترويض مشاعره و فكره متهدا لتعديل سلوكه و مواقفه العامة من أألشياء املادية و الفكرية و الثقافية اليت تشكل ليه املنظار الذي يرى من خالاه العامل اخلارجي ويدركه ؛ كل هذا يف لباس مبهر و مسلي خيدر الوعي خاصة لى املتوايت العمرية الدنيا.هكذا ، و مبوازاة وضع السلع الستهالكية يف الواجته و تقدميها يف أأجل حلة للمتلقي/املستهلك ، يستند اخلطاب الشهاري إبل "ازدواجية يف التديل جتعل املنتج يتأرجح بني مظهر مادي هو موضوع القتناء و هدف الشهار ، و بني الكون القيمي الذي خيتزله هذا املنتج و يعد رمزا له ؛ بعبارة أخرى ، يقو هذا اخلطاب بسهولة حتقيق جميع الرغبات و خيتز حياة الإنسان و املشاكل اليت تواجهه إبل مشكلة استهالكية يتم جتاوזהا من خال الفلسفة الستهالكية و اليت عربها تصبح البضاعة يف هذا اخلطاب احملور الرئيسي للعامل و احياة، كما يتحو اخلصو على أألغراض اليت يبتها الشهار عرب التلفزيون إبل املك قوة خارقة حتو حياة املخاطب كلية و حتمل له السعادة و الفرح حيث عرف اجمتمع أأمريكي تغريات سياسية، اجتماعية و تكنولوجياية أدت إبل عدة حتوات على رأسها توفر السلع و اخلدمات بشكل كبري مما استدعى توفري قاعدة كبرية من املتستهلكني. ابلتاليل ، تعترب اخلكومات أأمريكية أو قيادات فهمت هذا املبدأ و شكلته مع مطلع العشرينيات ، "لقد عملت على حتفيز و إثرة مشاعر حتقيق الذات و الغرية الاجتماعية بني املتستهلكني أأمريكي هبفد بعث إنتاج سائل التركيب يف صناعة النسيج و السيارات و يف جما البناء . و جنحت هذه السراتاجية ابلفعل إذ أنه ومنذ الثلاثينات من القرن العشرين بدأ أأمريكيون يف الستهالك أكثر أأملني يف اخلصو على ما ميكل أأخر؛ و إذا حصلنا على مواطني يقارنون أنفسهم جبرياهنم و يبحثن عن التفوق عليهم حبسب ممتلكهم أألغراض و السلع، فإن ذلك هو التحكم مبفاتيح و مقاليد التطور و الستهالك". 2 فمن أأجل ضمان تصريف السلع داخل الدو الرأسمالية يف البداية، برز الدور اخلوي لإالشهار كأسلوب اتصالي يعمل على ترويض الناس على الستهالك من خال إقناعهم بضرورته و التملك كقيمتي جوهريتي لى الفرد املعاصر. ومن خمتلف التخصصات، ابلدراسة و التمعن . فنجد منهم من ركز على اجلوانب الفنية ، اجمالية و التقنية إلعداد الرسالة الشهارية ، و جند فريقا أأخر حاو مدارسة أأثرياهتا يف عمليات اختاذ القارات الشرائية. و من الباحثني من اهتم بكشف النقاب عن أأساليب القناعية اليت يتبعها املشهورون يف صياغة املضامني الشهارية ، املتلقني سواء من الناحية املعرفية - الإدراكية، النفعالية أو السلوكية . و تصب دراستنا يف هذا املسار أأخري من البحوث، إذ نسعى من ورائها إبل التعرف على كيفية تلقي فئة أألطا كجمهور خاص لإالشهار التلفزيوني ، مدى إدراكهم له و تفاعلهم معه ؛ فالطفل يف عالقه اليومية مع التلفزيون يستهلك خطابا إشهارية ذات خصوصية لغوية ثقافية و نفسية تؤثر على إدراكه أألشياء ، الفضاء ، و الزمن و حتت الغاية من وجوده. إن ما هنفد إليه من خال هذه الدراسة هو التعرف على مدى سعي الشهار

التلفزيون عرب القنوات التلفزيونية المختلفة لنشر الثقافة الاستهلاكية و مدى بروزها لدى الطفل اجلازاري الذي يتعرض لخطاب التلفزيون الشهاري. استعرضنا في الإطار المنهجي إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، جتمع الدراسة و عينتها، منهجها وأدواتها، المفاهيم الأساسية إبل جانب استعراض مجموعة من الدراسات السابقة و المرتبطة باليت استفدان منها عرب خمتلف حمطات البحث. وتضمن الإطار النظري فصلني، خصص الفصل ألو اموسوم بخطاب الشهار عرب التلفزيون و الطفل للتعريف ابلخطاب عموما و اخطاب الشهاري التلفزيون مع التركيز على مميزاته الأساسية يف مبحث أو ، تعريف الطفولة و خصائص مراحلها امختلفة يف مبحث اثن مع ختصيص مبحث اثلث لتعريف الشهار التلفزيون و خمتلف الآليات التأثيرية اليت يستخدمها للتأثري على امشاهد عامة و امشاهد الصغري على وجه التحديد ، مريزين أهم انعكاسات ثقافة الاستهالك عرب الشهار التلفزيون على الطفل أما الفصل الثاين و اموسوم بالثقافة الاستهالكية من خال اخطاب الشهاري التلفزيون، فلقد مت تقسيمه إبل ثلاثة مباحث أيضا تعرضنا يف ألو للتعريف ابلخطاب الشهاري و خصائصه ، يف الثاين الثقافة الاستهالكية و مميزاتها و يف املبحث الثالث قدمنا عرضا الانتشار الثقافة الاستهالكية يف الدو العربية وكذا الدور الذي لعبه الشهار يف ذلك مع التعرير على اجلازائر كنموذج . و خصص املبحث الثاين للتعرف على إدراك و تفاعل الأطفا املبحوثني مع الشهار الذي يتعرضون له عرب التلفزيون و كذا اجتاههم حنوه. أما املبحث الثالث ،