

لقد أدى اتساع البث الرقمي وهتاطل القنوات الفضائية ، إلى تزايد أهمية التلفزيون كوسيلة تطبع حياتنا اليومية . فأصبح إنسان الألفية الثالثة يتعرض باستمرار إلى سيل من الصور املتدفقة عرب الشاشة الصغيرة ؛ منها ما يتلقاه عرب املتستويات الذهنية الواعية، و منها ما يستقبله بطريقة آلية دون منحه أهمية، إل أن يشكك يف عقله ببناءات 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 الإشهار من أهم الأشكا اليت تستحوذ على أزمنة معتربة من فضاء البث التلفزيوني، فهو عملية اتصالية تقوم على اسرراتيجية إبالغية قائمة على الإقناع ، مستعملة يف ذلك كل وسائل التواصل الإنساني من كلمة وصور ورموز و حركات، هبهدف التأثير على املتلقين- املتستهلك و الدفع به إلى اقتناء منتج ما ، التسليم بأهميته وتفضيله على ابقي املتنتجات الأخرى . و يعود تزايد أهمية و مكانة الإشهار يف نهاية القرن العشرين و مطلع القرن الواحد و العشرين إلى تزامن نسقني أساسيني : يتمثل النسق الأول 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 املنافسة التجارية بني الشركات، ال سيما العابرة للقارات اليت عرفت انتشارا واسعا و اكتساحا هائلا لألسواق العالمية، برز الإشهار كسالح أثري ذو أهمية قصوى لضمان ترويج السلع و اخلدمات لدى أكرب عدد من املتستهلكين. فيتمثل يف الثورة أو الانفجار الاتصالي الذي شهدته نهاية القرن العشرين مما مسح بتوسيع املقام اخلطايب و نفوذ اخلطاب الشهاري إلى ما ال ميكن أن حيصى من املتلقين . لقد أصبح الإشهار عرب وسيلة التلفزيون عصباً أساسيا يف عملية الترويج و التسويق للسلع و اخلدمات يف الوقت الراهن من جهة ، و مداخل أساسيا من مداخل التنشئة الاستهالكية و التلقني الثقافى من جهة اثنية . و يعود ذلك ابلدرجة الأول ملا ختتص به الرسالة الشهارية من مميزات جتعل منها مادة أكثر ترسخا يف أذهان يف زي مسل و ممتع ، احركات و الألوان ، الأغاين واملوسيقى املرافقة هلا، الشخصيات املشهورة اليت تعرض السلع . و ابعباره صريورة خطابية، يعتمد الإشهار على مبدأ استمالة الآخر و ترويض مشاعره و فكره متهددا لتعديل سلوكه ومواقفه العامة من الأشياء املادية و الفكرية و الثقافية اليت تشكل لديه املنظار الذي يرى من خالاه العامل اخلارجي ويدركه ؛ كل هذا يف لباس مبهر و مسلي خيدر الوعي خاصة لدى املتستويات العمرية الدنيا.هكذا ، و مبوازاة وضع السلع الاستهالكية يف الواجهة وتقدميها يف أمجل حلة للمتلقي/املستهلك ، يستند اخلطاب الشهاري إلى "ازدواجية يف التذليل جتعل املتنتج يتأرجح بني مظهر مادي هو موضوع القتنا و هدف الإشهار ، و بني الكون القيمي الذي خيتزله هذا املتنتج و يعد رمزا له ؛ بعبارة أخرى ، يقو هذا اخلطاب بسهولة تحقيق جميع الرغبات و خيتز حياة الإنسان و املشاكل اليت تواجهه إلى مشكلة استهالكية يتم جتاوزهها من خال الفلسفة الاستهالكية و اليت عربها تصبح البضاعة يف هذا اخلطاب احملور الرئيسي للعامل و احياة، كما يتحو اخلصو على الأغراض اليت يبتها الإشهار عرب التلفزيون إلى امتالك قوة خارقة حتو حياة املخاطب كلية و حتمل له السعادة و الفرح حيث عرف اجملتمع الأمريكي تغريات سياسية، اجتماعية وتكنولوجية أدت إلى عدة حتوات على رأسها توفر السلع و اخلدمات بشكل كبري مما استدعى توفيرى قاعدة كبرية من املتستهلكين. ابلتايلى ، تعترب اخلكومات الأمريكية أو قيادات فهمت هذا املبدأ و شكلته مع مطلع العشرينيات ، "لقد عملت على حتفيز و إثرة مشاعر حتقيق الذات والغرية الاجتماعية بني املتستهلكين الأمريكيين هبهدف بعث إنتاج سالسلى التركيب يف صناعة النسيج و السيارات و يف جما البناء . و جنحت هذه السراتيجية ابلفعل إذ أنه ومنذ الثلاثينات من القرن العشرين بدأ الأمريكيون يف الاستهلاك أكثر آملني يف اخلصو على ما ميلى الآخر؛ و إذا حصلنا على مواطني يقرنون أنفسهم جبرياهم و يبحثون عن التفوق عليهم حبسب متلكهم لألغراض و السلع، فإن ذلك هو التحكم مبفاتيح و مقاليد التطور و الاستهلاك". 2 فمن أجل ضمان تصريف السلع داخل الدو الرأسمالية يف البداية، برز الدور اخلوي لإشهار كأسلوب اتصالي يعمل على ترويض الناس على الاستهلاك من خال إقناعهم بضرورته و التملك كقيمتني جوهريتني لدى الفرد املعاصر. ومن خمتلف التخصصات، ابلدراسة و التمعن . فنجد منهم من ركز على اجلوانب الفنية ، اجلمالية و التقنية لإعداد الرسالة الشهارية ، و جند فريقا آخر حاو مدارسة أثيرياها يف عمليات اختاذ القارات الشرائية. و من الباحثين من اهتم بكشف النقاب عن الأساليب القناعية اليت يتبعها املشهورون يف صياغة املضامني الشهارية ، املتلقين سواء من الناحية املعرفية- الإدراكية، النفعالية أو السلوكية . وتصب دراستنا يف هذا املسار الأخرى من البحوث، إذ نسعى من ورائها إلى التعرف على كيفية تلقي فئة ألقا كجمهور خاص لإشهار التلفزيونين ، مدى إدراكهم له وتفاعلهم معه ؛ فالطفل يف عالقه اليومية مع التلفزيون يستهلك خطابا إشهارية ذات خصوصية لغوية ثقافية ونفسية تؤثر على إدراكه لألشياء ، الفضاء ، و الزمن و حبسب الغاية من وجوده. إن ما هندف إليه من خال هذه الدراسة هو التعرف على مدى سعى الإشهار

التلفزيونيين عرب القنوات التلفزيونية املختلفة لنشر الثقافة الاستهالكية و مدى بروزها لدى الطفل اجلزائري الذي يتعرض لخطاب التلفزيون الشهاري. استعرضنا يف الإطار املنهجي إشكالية الدراسة و تساؤلهتا، جتمع الدراسة و عينتها، منهجها وأدواتها، املفاهيم الأساسية إبل جانب استعراض جمموعة من الدراسات السابقة و املرتبطة اليت استفدان منها عرب خمتلف حمطات البحث. وتضمن الإطار النظري فصلني، خصص الفصل ألو املوسوم بخطاب الشهاار عرب التلفزيون و الطفل للتعريف ابلخطاب عموما و اخلطاب الشهااري التلفزيونيين مع الرتكيز على مميزاتة الأساسية يف مبحث أو ، تعريف الطفولة و خصائص مراحلها املختلفة يف مبحث اثن مع ختصيص مبحث اثلث لتعريف الشهاار التلفزيونيين و خمتلف آليات التأثيرية اليت يستخدمها للتأثري على املشاهد عامة و املشاهد الصغري على وجه التحديد ، مربزين أهم انعكاسات ثقافة الاستهالك عرب الشهاار التلفزيونيين على الطفل أما الفصل الثاين و املوسوم بالثقافة الاستهالكية من خال اخلطاب الشهااري التلفزيونيين، فلقد مت تقسيمه إبل ثلاثة مباحث أيضا تعرضنا يف ألو للتعريف ابلجملتمع الاستهالكي و خصائصه ، يف الثاين الثقافة الاستهالكية و مميزاتها و يف املبحث الثالث قدمنا عرضا لانتشار الثقافة الاستهالكية يف الدو العربية وكذا الدور الذي لعبه الشهاار يف ذلك مع التعريج على اجلزائر كنموذج . و خصص املبحث الثاين للتعرف على إدراك و تفاعل ألقفا املبحوثني مع الشهاار الذي ، يتعرضون له عرب التلفزيون و كذا اجتاههم حنوه. أما املبحث الثالث