

يمكنكم إيداعها
في المكتبة
أو نفوسية



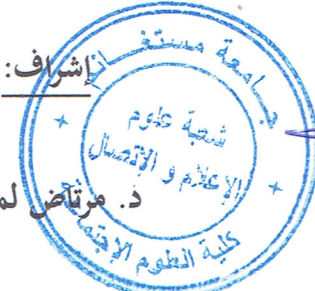

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة علمية
الموسومة بـ:

روبورتاج مصور حول مستحضرات التجميل بين المقلد والأصلي

إشراف:
د. مرتاض لمياء نفوسي



إعداد:

- عمار بختة
- طاري سعيدة

اسم الاستاذ ولقبه	الرتبة	الجامعة المنتسب اليها	صفته
مرتاض لمياء نفوسي	أستاذة محاضر	جامعة مستغانم	مؤطرا مؤشرفا
صفاح أمال	أستاذة محاضر	جامعة مستغانم	مناقشا
حمداد صبيحة	أستاذة محاضر	جامعة مستغانم	رئيسا

السنة الجامعية: 2017 - 2018

الدعاء

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقد كرّمنا بني آدم وحملناهم في البر والبحر ورزقناهم في الطيبات وفضلناهم على كثير ممن خلقنا تفضيلاً"

سورة الإسراء الآية 70

اللهم إنّنا نسالّك خير المسألة وخير الدعاء وخير العلم وخير الثواب وخير الحياة
وخير الممات.

اللهم لا تدعنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا نصاب باليأس إذا فشلنا بل ذكرنا بأن
الفشل هو تجارب التي تسبق النجاح.

والحمد لله الذي بمشيئته أتمننا هذا العمل المتواضع.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا إلى نور العلم، وما وفقنا به لانجاز هذه المذكرة

والذي لم نكن لنحققه لولا دعوته

فلك الشكر والحمد.

ننقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المحترمة نفوسي لمياء مرتاض التي أشرفت على

المذكرة والتي لم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة، ولكي منا فائق

الشكر والتقدير.

إلى جميع أساتذة علوم الإعلام والاتصال

والى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد من انجاز المذكرة

إلى كل من حملهم قلبنا ونسيهم قلمنا

إهداء

إلى منارة العلم رسولنا الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى الينبوع الذي يمل العطاء إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها إلى والدتي العزيزة.

إلى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والهناء. الى الذي لم يبخل علي بشيء، من أجل دفعي في طريق النجاح، الى الذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر إلى والدي العزيز.

إلى من سرنا سويًا ونحن نشق الطريق نحو النجاح والإبداع إخوتي: نعيمة، زهية، أحمد، حسان، يوسف، جهيدة والكتكوتة "عائشة". والى كل عائلة. "عمار".

والى جدتي اطال الله في عمرها.

إلى من تكاتفنا يدا بيد ونحن نقطف زهرة تعلمنا إلى زميلاتي: عالية، ملكية، دليلة، أمال، صديقة، سعيدة.

إلى من علمونا حروف من ذهب وكلمات من درر وعبارات من أسمى وأحلى عبارات العلم إلى من صاغوا لنا علمهم حروفًا ومن فكرهم منارة تنير لنا سيرة العلم

بختة

إهداء

أهدي ثمرة مشواري الطويل إلى من كلله الله بالهبة والوقار إلى من علمني العطاء،
إلى كل من أحمل اسمه بافتخار إلى من رأيت فيه مثل للقدوة في الحياة إلى من
أرى في عينه الدنيا بأكملها أبي العزيز "محمد" أطل الله في عمره

إلى الشمعة التي أحرقت لتتير درب الحياة إلى بصيص النور في الظلمات إلى
تلك المرأة العظيمة التي يعجز اللسان عن وصفها إلى من جعل الجنة تحت أقدامها
أمي العزيزة. حفظها الله.

إلى من قاسموني مسيرة الحياة بطلوها ومرها وأخوتي منسة، حياة، نوال...

إلى روعي جدتي الطاهرة.

إلى صديقاتي التي لم تلدهم أمي إلى من تحلو بالايحاء والتميز والوفاء: إكرام،
سليمة، شيماء، غزلان، حليلة، سمية، وردة، بختة، عالية....

إلى من وقف إلى جانبي ابن خالتي يوسف، غنام، جيلالي....

إلى كل من علمني حرفاً وأنار لي دربا ومد لي عوناً وكان لي عوناً في يوم من
الأيام. إلى كل من كان في قلبي ولم يذكره قلبي.

فهرست

. الدعاء.

. شكر وتقدير.

. إهداء.

. مقدمة.....أ-ج

الإطار المنهجي

1. أهمية الموضوع والهدف منه 13

2. أسباب اختيار الموضوع 14

3. النوع الصحفي المستخدم..... 15

4. صعوبات البحث..... 22

الإطار النظري.

. تمهيد 25

الفصل الأول : مفهوم مستحضرات التجميل المقلدة وتاريخ ظهورها

1.1. مفهوم مستحضرات التجميل المقلدة 26

2.1. تاريخ ظهور مستحضرات التجميل	30
3.1. ابرز مستحضرات التجميل العالمية	37
. خلاصة.....	40
. الفصل الثاني: مخاطر السلع المقلدة وموقف المستهلك من أسعارها وطبيعتها	
. تمهيد.....	42
1.2.2. المستهلك بين أسعار باهظة و سلع مقلدة	43
2.2.2. مخاطر مستحضرات التجميل المقلدة.....	52
3.2.2. نصائح وإرشادات حول مستحضرات التجميل المقلدة.....	55
. خلاصة	58

الإطار التطبيقي

1. مرحلة ما قبل التصوير.....	60
1.1. المعاينة.....	60
2.1. السينوبسيس	61
3.1. البطاقة التقنية	62

2. مرحلة التصوير

1.2. مدة التصوير 63

2.2. الإمكانيات المستخدمة 64

3.2. أماكن التصوير 64

3. مرحلة ما بعد التصوير

1.3. المشاهدة 65

2.3. التركيب والمونتاج 65

3.3. المزج 66

4.3. التعليق 66

5.3. الموسيقى 68

6.3. جينيريك البداية والنهاية 69

7.3. جدول التقطيع التقني 71

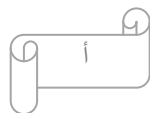
. خاتمة هـ

. قائمة المصادر المراجع.

. الملاحق.

مقدمة :

تعد العولمة ظاهرة كونية شملت يتم من خلالها لتعميم الأنواق وأنماط الاستهلاك. ويبدو أن المدى الكبير في التغيرات الثقافية والاقتصادية، الناجمة عن العولمة التي تهدف إلى ضم العالم تحت مظلة واحدة تطل كل فروع الحياة والمرأة، فالعولمة استخدمت المرأة كدعاية للترويج لمنتجاتها، من عطور ومواد تجميل، فمستحضرات التجميل ليست بظاهرة جديدة ، فقد استخدمت مواد التجميل ما قبل عصور الفراعنة وكانت مألوفة في عصر الإغريق القديم والإمبراطورية الرومانية وهي مواد تستخدم لتجميل جسم الإنسان ، وتعتبر من المنظفات البسيطة واستخدامها منتشر في العالم، فقد كانت تقتصر في القدم على النساء فقط، ومع الانفتاح وتطور في وسائل الإعلام والقنوات التلفزيونية و الأنترنت التي خلقت نوعا جديدا من التنوع في مختلف المجالات، حيث أصبح الذكور أيضا مستهدفا في مستحضرات التجميل و ليس المرأة فقط، وأصبحت تجذبهم هذه القنوات التلفزيونية و الأنترنت بما تعرضه بمنتجات لمستحضرات التجميل المغربية، ونظرا للإقبال المتصارع عليها اعتبرها البعض تجارة مريحة، حيث غزت العديد من الماركات والمستحضرات مجهولة المصدر، و أوهام المستهلك بصحتها، واقتحامها للأسواق بشكل رهيب.



ومن خلال هذا اعتمدنا في هذا الروبورتاج على مستحضرات التجميل بين المقاد والأصلي بحيث قسمنا عملنا إلى مقدمة، جانب منهجي، جانب نظري، جانب تطبيقي وخاتمة.

ففي الجانب المنهجي قمنا بتحديد أهمية الموضوع، والهدف منه وأسباب اختيار الموضوع إلى جانب تحديد النوع الصحفي المستخدم وكذلك تطرقنا إلى صعوبات البحث، أما الجانب النظري فيحمل فصلين، بحيث اشتمل الفصل الأول على مفهوم مستحضرات التجميل المقلدة وتاريخ ظهورها، حيث تعرضنا فيه إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول حول مفهوم مستحضرات التجميل المقلدة، أما المبحث الثاني عرضنا فيه تاريخ ظهور مستحضرات التجميل، أما المبحث الثالث فيه أبرز مستحضرات التجميل العالمية {Dove – Nivea–Chanel} .

أما فيما يخص الفصل الثاني عنون بمخاطر ونصائح المقدم للمستهلك، بحيث تفرع إلى ثلاثة مباحث. الأول المستهلك بين أسعار باهظة و سلع مقلدة، أما الثاني مخاطر مستحضرات التجميل وأضرارها، والثالث قد خصصنا الحديث فيه لنصائح وإرشادات حول استخدام مستحضرات التجميل، أما فيما يخص الجانب التطبيقي جاء لتكملة ماتطرقنا إليه في النظري وهو عبارة عن روبورتاج مصور حيث اعتمدنا

فيه إلى ثلاثة مراحل:

(أ) - مرحلة ما قبل التصوير.

(ب) - مرحلة التصوير.

(ج) - مرحلة ما بعد التصوير (المشاهدة، التركيب، المزج، الموسيقى، التعليق،

جينيريك البداية والنهاية والتقطيع التقني).

وفي بادئ البدئ، سنشرع في عرض الإطار المنهجي.

. أهمية الروبورتاج والهدف منه:

تتمثل أهمية هذا الروبورتاج في كونه يعالج أحد مواضيع الساعة، حيث ستفيد المشاهدة برصيد من المعارف الجديدة ألا وهي مستحضرات التجميل التي انتشرت بشكل ملحوظ، ومكثف في السنوات الأخيرة بفعل تعدد القنوات التلفزيونية المختلفة والانترنت التي تروج لمختلف هذه من طرف الناس وفئة الشباب خاصة.

أصبحت مستحضرات التجميل تشغل حيزا كبيرا من اهتمامات الأفراد وذلك لكثرة تداولها حيث شهد إقبالا على اقتناءها وهنا تكمن أهمية الموضوع حيث يعالج مستحضرات التجميل بين المقلد والأصلي، كما يعالج الآثار الجانبية المترتبة عن استخدام هذه المستحضرات والتأكيد على مخاطرها ومحاولة إيجاد حلول ونصائح التحليل من مخاطر استخدام تلك المستحضرات المقلدة ونوعية الأفراد بمدى خطورتها.

هذا من جهة ومن جهة أخرى، يعتبر تحديد أهداف البحث من الخطوات المهمة التي لابد للباحث أن يمر بها، فهي تمكن من ضبط الموضوع أكثر فأكثر، وتعيين زاوية للدراسة، ولهذا لابد من الإشارة في سياق بحثنا إلى أهداف إجراء الدراسة التي يمكن تحديدها في:

. محاولة إبراز تأثير مستحضرات التجميل المقلدة على الأمراض التي تسببها.

. توعية المستخدمين بخطورة مستحضرات التجميل.

. التحسيس بأهمية اقتناء مستحضرات التجميل من الأماكن المخصصة لها.

2. أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن من باب الصدفة بل يوجد من وراءه عدة أسباب منها :

. ميلنا الكبير لهذا الموضوع لذلك نحرص على معالجة هذه الظاهرة المنتشرة لدى النساء خاصة الفئة الشابة منهن.

. قيمة الموضوع لما يحصل من فوائد علمية تفيد الباحث في كافة المجالات العامة والخاصة تجعله يلجا إلى دراستنا لحل المشاكل القائمة

. البحث عن أسباب الانتشار المكثف لهذه الظاهرة.

. الرغبة في معرفة التأثيرات الجانبية لتأثير مستحضرات التجميل المقلدة .

3. النوع الصحفي المستخدم : روبرتاج مصور

. مفهوم الروبوتاج

لغة: تنقسم كلمة الروبوتاج إلى ثلاثة أقسام port age.Re أي المخبر reporter كلمة روبرت هي كلمة انجليزية اشتقت من الفعل الانجليزي الصحفي ، وتعني نقل الشيء من مكان إلى آخر أو بالأحرى (إرجاع الشيء إلى مكانه الأصلي) .

وفي اللغة العربية تم ربط اسم الروبورتاج (بيان وصفي) أو (النقل الصحفي).¹ ويقابل اسم Reporter بالعربية "محقق صحفي" ويدل هذا التعبير على الشخص الذي يقوم بالروبورتاج reportage أي الصحفي الذي ينتقل إلى عين المكان للحصول على الأخبار ونقلها إلى مقر الجريدة أو الإذاعة أو التلفزيون.

والمصور الصحفي: (reporteur photographe (press) فهو المصور الفوتوغرافي الذي يعمل في إحدى الصحف ويكلف بالانتقال إلى موقع الخبر أو الحدث لالتقاط صور يكتب بجانب كل واحدة منها شرحا موضحا أو تعليقا موجزا.²

1 نصر الدين العياضي ، اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2007، ص 47.
2 ساعد ساعد، فنيات التحرير الصحفي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر 2006، ص39

. اصطلاحا :

. **تعريف 1** : هو مراقبة عمليات وتطورات الواقع من أصلها ومنشأها وتكوينها وتطوراتها بحيث تحمل الكاميرا إلى المشاهدين صورة الحاضر وتخلق قوة تأثير الحضور الناتجة عن المشاركة. هذا التأثير الذي يعبر عن نفسه بأقصى قدر والوضوح ، لا تستطيع أن تحققه أي وسيلة إعلام جماهيرية أخرى (وبأي معدل أو مقياس في مجال العواطف) وهو الذي نسميه قوة (تأثير الحضور) أو المشاركة و التي يجب أن ينظر إليها كأحدى السمات الأساسية للروبورتاج كنوع صحفي .

. **تعريف 2** : إن الروبورتاج يقود القارئ نحو التعرف على مظاهر الواقع واستخلاص النتائج فصيغة الأحداث وعرضها على الناس يجب أن تكون بصورة ملموسة ومحسوسة وفي غاية من الوضوح . بحيث يعيشها القارئ ويراها تقع أمامه فيتابعها بكل مشاعره، ويضحك معها ويغضب كذلك.¹

. **تعريف 3**: جاء في قاموس Dictionnaire Larousse en couleur الروبورتاج الصحفي هو مادة صحفية Article في الجريدة تكتب بناء على تحقيق قام به مخبر صحفي.²

1 أساعد ساعد، المرجع السابق، ص40

² Le Petit La rousse, E.d. Moury imprimeur, S-A Malesherrder. 2005 paris p 922.

تعريف 4: وفي Dictionnaire multimédia الروبورتاج هو النوع الصحفي

الذي يعتبر أكثر نبلا، لا يكتفي فيه الصحفي بتقديم تقرير عن الواقعة لكنه يترك شخصيته و حساسيته تدخلان في اختيار الأحداث في السرد والمعالجة.

3. أنواع الروبورتاج:

1. الروبورتاج الآني : هو تغطية صحفية حديثة مرتبطة بالحدث وتكون مباشرة خاصة في الإذاعة والتلفزيون وهذا النوع هو الأقرب إلى التقرير الصحفي ، لو جمالية اللغة والأسلوب والوصف الطاعي على لغة الصحفي .

2. روبورتاج الموضوع : ومن الخصائص لهذا النوع انه لا يرتبط بالحدث وتسقط

فيه الآنية والحدائثة وكل ما في الأمر أن المؤسسة الإعلامية تختار موضوعا ما

ينجزه الصحفي ويتم بثه في وقت معين ، كروبورتاج حول مدينة تيمقاد أو آثار

الرومان بتييازة...الخ.¹

¹ نصر الدين العياضي، مرجع سبق ذكره. ص ص 47-54

4. بنية الروبورتاج :

الروبورتاج من الأنواع الصحفية التي تعتمد على التحضير المسبق مثله مثل التحقيق الصحفي والمقال الصحفي، وهذا سواء في الصحافة المكتوبة أو المسموعة والمرئية انطلاقا من خصوصية الروبورتاج الصحفي والمميزات التي يتصف بها ، فإننا نرى إن الروبورتاج الأتي يقوم على الهرم المقلوب باعتبار آنية الحدث وتفرض استعمال هذا النوع الفني في عصر السرعة ، في حين يستعمل الهرم المعتدل الروبورتاج الموضوعي حيث يتم الاعتماد على التشويق حتى يتم تمكين (الجمهور) من المتابعة الكاملة للروبورتاج وبين ذاك وذاك يلعب الأسلوب وجانب اللغة دورا بارزا في كتابة الروبورتاج الصحفي .

1. العنوان:

يلعب عنوان الروبورتاج دورا أساسيا في متابعة الجمهور له ، ولذلك فإن اختياره حساس جدا ، ويكون في الغالب جملة وصفية لما في نص الروبورتاج .

وقد يعتمد الصحفي على عنوان رئيسي وعلى عنوان معلق وعناوين فرعية ، إذا

كان نص الروبورتاج كبيرا نوعا ما هذا في الصحافة المكتوبة والالكترونية .¹

¹ محمد لعقاب، الصحفي الناجح ، دار هومة للنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2006،ص70 .

أما في الصحافة الإذاعية والتلفزية فيلجا الصحفي إلى فاصلة فنية أو ما يسمى بالحصر للانتقال بين فقرات الشريط .

2. المقدمة :

يجب أن تكون مقدمة الروبورتاج مقدمة جرارة تسمح للمتبع بالدخول في موضوع الروبورتاج دون شعور منه .

3. الجسم :

نظرا لان الروبورتاج يأخذ بعض سمات من الأدب فانه في الجسم تصوير واقع الحدث أو الموضوع كما هو مركزين على جوانب الزمان والمكان والفاعلين فيهما وبأسلوب تعبيرى بليغ وحيوي وفعال يشعرك بالمشاركة من خلال المشاهدة ، حتى وان كان النص في الصحف ومواقع الانترنت فتركيز الروبورتاج على لغة التمشهد تجعل المتبع يشعر وكأنه يعيش اللحظة والقيام بالروبورتاج .¹

¹ محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، ص 71 .

4. الخاتمة:

لا تخرج خاتمة الروبورتاج عن السياق الزماني والمكاني للموضوع خاصة في الصحافة الإذاعية والتلفزية ، حيث يكون الإمضاء النهائي أو الوقفة الأخيرة هي الخاتمة ، في حين تأتي خاتمة الروبورتاج المكتوب والالكتروني مبلغة لرسائل معينة و بأسلوب رقيق كالدعوة إلى زيارة منطقة تاريخية أو طبيعية معينة مثلا .¹

5. خصائص الروبورتاج :

1. يقوم الروبورتاج الصحفي على وصف الحياة الإنسانية وتدخلاتها وتفاعلاتها في محيط معين .
2. الروبورتاج يعبر عن ذاتية الصحفي ورؤيته للأشياء وأحاسيسه وميوله ويعكس ثقافته كذلك .
3. يصور فن الروبورتاج الواقع كما هو في كل المؤسسات الإعلامية (سمعية ، بصرية ،مكتوبة ، انترنت) فهو اقرب إلى الواقعية لذلك يعتمد كثيرا في المعالجة الإعلامية لبعض مشكلات لأنه يسمح بالتمايز بين المؤسسات الإعلامية في الموضوع الواحد ويترك هامشا ومنتسعا لإبداء التوجهات بطريقة غير مباشرة .²

1 محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره،ص. 71

2 ساعد ساعد، مرجع سبق ذكره،ص 60 .

4. يعتمد كثيرا على جمالية اللغة والأسلوب الجميل فهو يأخذ نصيبا من الكتابة الأدبية خاصة فن الأدب الشعبي.

5. يركز على خاصيتين الوصف والسرد ويحاول إن يصور الواقع ويقربه أكثر للجمهور لدرجة لمتلقي انه جزء من هذا الإنتاج الفني أو ما يسمى لدى البعض يتغلب عنصر المشاركة تبعا للأحداث وتطوراتها.

6. يتقاطع الروبورتاج مع (فن التحقيق الصحفي) من حيث انه يسلط الضوء على الفاعلين في الأحداث ويكشف التفاعلات الإنسانية وعلاقتها بالموضوع .¹

¹ ساعد ساعد، مرجع سبق ذكره، ص 60 .

4. صعوبات البحث :

لا يخلو أي بحث من الصعوبات خاصة الروبورتاج المصور، وتكمن صعوبات

بحثنا فيما يلي :

. ضيق الوقت.

. صعوبة الحصول على تجهيزات التصوير من كاميرا وغيرها.

. رفض التصوير معنا من قبل البائعين لمستحضرات التجميل سواء التي تباع في

المحلات.

. عدم الالتزام بالمواعيد .

. صعوبة التوصل إلى أفراد عينة المبحوثة .

. صعوبة التعامل مع المبحوثين أمام الكاميرا بالرغم من خبرتهم في مجالات

تخصصهم .

تمهيد

تعتبر مستحضرات التجميل أحد أهم الطرق التي تستخدمها المرأة لإظهار جمالها من خلال التزين بها، وحتى الرجل في المجتمعات المعاصر كما تعتبر وسيلة فعالة لإخفاء "العيوب" التي تصيب الوجه مثل البثور وغيرها من عيوب الوجه المتعددة. وقد ظهرت مستحضرات التجميل عند النساء منذ فترة زمنية طويلة، حيث استخدمت الكحل لزيادة جمال العين وإبراز شكلها، إضافة إلى استخدامها العطور المختلفة التي كانت تستخلص من الطبيعة بشكل عام، وقد تطورت عبر العصور حتى وصلت إلى ما هي عليه اليوم. وفي اقتناء الأفراد لمستحضرات التجميل فهم يركزون على أحدث الماركات العالمية التي لاقت رواجاً في الأسواق من مساحيق التجميل ولعطور وغيرها.

1-1 : مفهوم مستحضرات التجميل المقلدة

1-تعريف المستحضر:

لغة:حضر الشيء، أعده.يقال: حضر الدواء، حضر الدرس، حضر الأدوات اللازمة للتجارب.

فالمستحضر: اسم مفعول من حضر، بمعنى المعد.

اصطلاحا:مستحضرات اللقاح: خلاصات تستخرج منها اللقاحات النباتية لتشخيص

الحساسية عند المرضى بالتحسس.¹

فالمستحضر: هي خلاصات دوائية تستخرج من مواد معينة.

2-تعريف التجميل:

لغة: التجميل يكلف التجميل.

والتجميل: أي اظهر جمالا، وتصنع وتحسن، وجملة تجميلا حسنه وزينه.²

اصطلاحا: تجميل إذ رأى من نفسه أنه حسن الحال، وان كان مجهودا.

1 ابراهيم مصطفى وآخرون، معجم الوسيط، دار الدعوة للنشر والتوزيع، د ط، ص70
2 محمد بن مكرم بن منظور الافريقي المصري، لسان العرب، دار صادر للنشر والتوزيع، بيروت، د ط، ص 122 .

فالتجميل يقصد به صناعة الجمال.¹

3- المقلدة:

لغة: ما هو غير أصلي يعني: مغشوش.

اصطلاحاً: وهي النوعية الرديئة مخالفة للأصلية ومعايير الجودة.²

4- تعريف مستحضرات التجميل:

هي خلاصات تستخرج من مواد معينة بقصد الزينة.

شرح التعريف:

"خلاصات": أي المستحضر عملية صناعية وبهذا القيد تخرج مواد طبيعية.

"تستخرج من مواد معينة": لتوقف التوصيف الفقهي على ماهية هذه المواد.

"بقصد الزينة": أي يقصد من استعمالها التزين والتحسين، فهي من باب

التحسينات، وهو قيد يخرج الضروريات كالتداوي.³

مستحضرات التجميل بالانجليزية: Cosmétique

¹ ابراهيم مصطفى وآخرون، مرجع سبق ذكره، 200.

² <http://w.w.w.Raya.com/home.le 28/03/2018>. à 11:00.

³ <http://w.w.w.Aljamila.com/node. Le 28/04/2018>.à 11 :30.

يشتهر باسم الماكياج وهي مواد تستخدم لتعزيز أو حماية المظهر، أو رائحة الجسم البشري وتشتمل مستحضرات التجميل مراهم العناية بالجلد. والغسولات بالانجليزية Lotions والمساحيق والعطور، ومحمرات الشفاه، وطلاء الأظافر وماكياج العيون والوجه، عدسات اللاصقة الملونة، و أصبغة الشعر، ومثبتات الشعر، مواد هلامية، مزيلات الروائح الكريهة، منتجات نظافات الرضع، منتجات زيوت الحمام، ومواد توليد الفقاعات الحمامات، وأملاح الحمام وأنواع أخرى كثيرة من المنتجات، كما تستخدم هذه المستحضرات على نطاق واسع.

مفهوم مستحضرات التجميل:

مستحضرات التجميل أو الماكياج، هي مواد متنوعة مصنعة وطبيعية يتم تحضيرها بطرق خاصة بها والعناية بأجزاء الجسم المختلفة، وتعزيز المظهر العام، زيادة الجاذبية أو تحسين الرائحة. وهي الكريمات المختلفة كأحمر الشفاه، ضلال العيون، أحمر الخدود، الكحل وأقلام التخطيط¹. وأصبحت مستحضرات التجميل سوقاً رائجا جدا، وتشتهر في هذا المجال الكثير من الماركات العالمية بأنواعها الفخمة تعتبر مستحضرات التجميل أحد أهم الطرق التي تستخدمها المرأة لإظهار جمالها من

¹ <http://w.w.w.Aljamila.com/node>. le 28/03/2018. 11 :30.

خلال التزيين لإخفاء العيوب، التي تصيب الوجه مثل البثور والتلون وغيرها من مشاكل الوجه المتعددة.¹

¹ <http://w.w.w.Aljamila.com/node.le 28/03/2018>. à 11 :30.

1-2 : تاريخ ظهور مستحضرات التجميل

- 5000 - 4000 قبل الميلاد:

يعتقد أن النساء في حضارة سومر - حضارة قديمة في جنوب بلاد الرافدين، هم أول من استخدم مستحضرا التجميل أي قبل نحو 5000 سنة، حيث كسرن الأحجار الكريمة واستخدموها لتزين وجوههن وتحديدًا حول العين والشم. وكان المصريون أول من استخدموا الكحل، كان الرجال والنساء يرسمون حول عيونهم بأقلام الكحل اعتقادا منهم أنهم يبعدون قوى الشر، وفي عصر الملك " تحتمس"، اكتشفت علاجات التجاعيد ومساحيق من شمع العسل كمرطبات للبشرة.

" نيفرتيتي، وكليوباترا" على اختلاف أسرتيهما بقيتا رمزين لجمال ذلك العصر لكحل العين المميز وضلال العيون الزرقاء الملكية. كانت المرأة المصرية تستخدم مادة الغالينا المصنوعة من النحاس والرصاص ومادة المرمر، المصنوعة من عجينة خضراء زاهية من معدن النحاس، في تطبيقها على وجوههم للحصول على لون أو توضيح المعالم، كما يصنعون من مزيج اللوز المحروق والنحاس المؤكسد والرماد والرصاص الكحل لتزين العينين على شكل اللوز.¹

¹ <http://pink.weziwezik.com>. Le 05/04/2018. à17:30.

3000 قبل الميلاد

بدا الشعب الصيني يصبغ أظافره بالصمغ أو الجيلاتين وشمع العسل والبيض بحيث تمثل الألوان المستخدمة الطبقة الاجتماعية كاستخدام الأفراد المالكة للألوان الطلاء الذهبية والفضية وحظر الطبقات الأخرى من وضع الألوان الزاهية على أظافرهم كما كانت النساء الإغريقيات تقوم بطلاء وجوههم بالرمال البيضاء وتطبق مسحوق شعر الثيران في وضع حواجب وهمية.

1500 قبل الميلاد

عادة ما كان المواطنون الصينيون واليابانيون يستخدمون مساحيق الأرز لجعل وجوههم بيضاء كما يصبغون أسنانهم باللون الذهبي أو الأسود بالإضافة إلى استخدامهم للحناء لصبغ الشعر، وكانت فتيات "الغيثا" اليابانيات يطلن بشرتهن بالأبيض ويحددن عيونهن ويلون الشفاه بالمستخلص الأحمر لنبته الزعفران الباهظة الثمن، استخدموا أيضا فضلات العصافير لمحاربة تجاعيد البشرة.¹

¹ <http://pink.weziwezik.com>. Le 05/04/2018. à17:30.

1000 سنة قبل الميلاد

استخدم اليونانيون الطباشير والرصاص كبودرة للوجه، بالإضافة إلى طين أكسيد الرصاص والحديد الأحمر كأحمر شفاه.

100 سنة للميلاد

استخدم سكان روما زيت الزيتون وشمع النحل وماء الورد لصنع كريمات البشرة بينما قاموا باستخدام دهون الأغنام والدم كطلاء لأظافرهم، بالإضافة إلى حمامات الطين وقيام بعض الرجال بصباغة شعرهم باللون الأشقر. اعتقدن نساء روما أن تساقط الرموش هو نتيجة للإفراط في ممارسة الجنس وبالتالي فإن الرموش الطويلة هي دليل على العفة والطهارة، واعتقدن أن العيون الواسعة أكثر جمالا، لذا استخدمن مستخلص نبات "البيلادونا" للحصول على حدقات أكثر اتساعا، إلا انه تسبب بالعم الدائم لبعضهن.

300-400 ميلادي

استخدمت الحناء في الهند لصباغة الشعر وفي مواقع القران، بالإضافة إلى أشكال الفن المعقدة التي يتم رسمها على اليدين والقدمين، خاصة قبل الزفاف الهندوسي، كما يتم استخدام الحناء أيضا في بعض ثقافات شمال إفريقيا.¹

¹ <http://pink.weziwezik.com>. Le 05/04/2018. à17:30.

1200-1300 ميلادي (العصور الوسطى)

انتشرت صباغة الشعر باللون الأحمر في عهد إليزابيث في إنجلترا، كموضة آنذاك بالإضافة إلى قيام نساء المجتمع بتطبيق بياض البيض على الوجه لخلق مظهر البشرة الشاحبة.

1400-1500 ميلادي (إليزابيث الأولى ملكة إنجلترا)

استخدمت مستحضرات التجميل في أوروبا من قبل الطبقة الأرستقراطية، كما يتم استخدام "الزيرتيخ" في بعض الأحيان كبودرة للوجه بدلا من الرصاص، بالإضافة إلى تطور صنع الروائح المعقدة في فرنسا، من استخدام المواد الطبيعية إلى العمليات الكيميائية التي تستعمل في اختبار هذه الروائح.

1600-1700 ميلادي

في هذه الحقبة من الزمن حاولت النساء الأوروبيات تفتيح بشرتهن عن طريق استخدام الطلاء الذي يحتوي على الرصاص الأبيض بالإضافة إلى الصبغة الشقراء التي كانت تعتبر ن الأمور الملائكية¹، كما تم وضع خليط

¹ <http://pink.weziwezik.com>. Le 05/04/2018. à17:30.

من الكبريت الأسود و الشب والعسل على الشعر ويترك تحت الشمس.

1800 ميلادي (القرن 19) رسمه " أنري تولوز لوترك " في 1889 تظهر

امرأة تضع مستحضرات التجميل:

أعلنت الملكة فيكتوريا أن استخدام الماكياج أمر غير لائق، بحيث ينظر إليه

بطريقة مبتذلة كما وافقت على استخدامه فقط للممثلين، بالإضافة إلى

استبدال مساحيق الوجه القاتلة كالرصاص والنحاس بأكسيد الزنك باعتبار

تلك المواد السامة التي تسبب بشلل العضلات والموت.

1900 ميلادي: بودة الوجه للماركة" كيسبوف" عام 1926

وفي عام 1900 لم يكن الماكياج متطور بشكل كبير، فقد كانت تضعه

النساء من الطبقة العليا فقط، وكان يشبه الدهان الأبيض للوجه والأحمر

للخدود وكان يباع في متاجر بيع ملابس المسرح والسينما وفي عام 1910

بدأ ينتقل الماكياج إلى أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، عام 1915 اقترح

قانون أن المرأة التي تضع الماكياج حتى سن 44 سنة قد ارتكبت جنحة

لأنها تزيف شكلها وتخلق انطبعا خاطئا عنها¹، وفي عام 1909 افتتحت

¹ [http://pink.weziwezik, com. Le 05/04/2018. à17:30.](http://pink.weziwezik, com. Le 05/04/2018. à17:30)

شركة "ماكس فاكتور" التي طورت تراكيب الماكياج وحسنته.

وفي العشرينيات من القرن 20 بدأ الماكياج ينشر مع رواج وشهرة السينما في هوليوود، وبدأت تظهر شركات جديدة، وفي 1930 بدأ انتشار أحمر الشفاه وبدأ أكثر شعبية ثم ظهرت " ماسكرا مابيلين " من تأسيس توم وهو فتى في 19 من عمره، اعتاد مراقبة أخته " ماييل " وهي تقوم كل يوم بخلط الفازلين وغبار الفحم لتطلي به رموشها، بعد عدة تعديلات كيميائية وتحسين المنتج النهائي، اصدر توم أول ماسكرا نسائية سهلة الاستخدام واسمها تيمنا بأخته " ماييلين " التي ستكون اسما للشركة.

وما بعد الحرب العالمية الأولى كانت تجرى جراحات تجميلية لإزالة آثار الشيخوخة أما الفترة منذ عام 1990 وحتى عام 1970 ظهرت حركة نسوية ضد استخدام مستحضرات التجميل، وفي عام 1990 انتشرت منتجات وصالونات التجميل وانتشرت صيحات ضلال العيون أو الكحل باللون الأزرق الذي يمنح جراءة التسعينيات الشهيرة وأحمر الشفاه كان بدرجة الأحمر أو البني الغامق مع خطوط بارزة لقلم تحديد الشفاه وتحديد الجفن السفلي بالكحل وكانت هذه إطلالة التسعينيات.¹

¹ <http://pink.weziwezik, com. Le 05/04/2018.17:30>.

2000 ميلادي حتى الوقت الحاضر

في القرن 21 انتشر التجميل بشكل كبير حتى أصبح شيئاً أساسياً لا يمكن للنساء الاستغناء عنه، وانتشرت آلاف من مستحضرات التجميل المستخدمة في كافة مجالات التجميل وللجنسين وأصبحت هناك مراكز تجميل متخصصة بهذا المجال، انتشرت كذلك تقنيات وصيحات جديدة للماكياج مثل: "الكونتور" وهو الماكياج الثلاثي الأبعاد والهدف منه نحت الوجه والاضاء له بحيث يتم إخفاء العيوب وابرز جماليات الوجه، من خلال تصغير مناطق وإبراز مناطق أخرى من الوجه وتقنية " الخبز" التي تعتمد على البودرة حيث يتم وضع طبقة كثيفة من البودرة الحرة بواسطة اسفنجة صغيرة تحت العين وعظام الوجنات وبمحاذاة الأنف والذقن وينبغي ترك البودرة على الوجه لمدة تتراوح من 5 الى 20 دقيقة، لكي تتصهر البودرة تدريجياً مع البشرة بفعل حرارة الجسم وبالتالي تزداد قدرتها على التغطية وتدوم لمدة أطول وتمنح البشرة أكثر إشراقاً وانتشر كذلك مصطلح "مايك أب أرتست" وتعني خبيرة ماكياج الذي انتشر في العالم العربي.¹

¹ <http://pink.weziwezik.com>. Le 05/04/2018. à17:30.

3_1 : أبرز المستحضرات العالمية (Dove-Nivea-Chanel)

-شركة دوف Dove:

نشأت العلامة دوف عن طريق شركة " يونيلفر " وذلك من خلال الحملة الإعلانية " ايفليوشن " والتي تعد الحد الأبرز من الحملة الإعلانية للعلامة التجارية دوف، وذلك عن طريق فيديو مدته 75 ثانية، ويبدأ هذا الفيلم بسيدة عادية جالسة أمام كاميرات تصوير داخل الاستديو، ثم تظهر الإضاءة عن طريق مصباحان يتميزان بالقوة وذلك بالإضافة إلى وصلة موسيقية وبعدها يظهر اسم الفيلم ثم تؤخذ حركته فبالسرعة ويظهر العديد من الناس الذين يعملون على إضافة الماكياج لها ويصفون لها شعرها ثم تتحول إلى جمال بارع، ثم يأخذون في تصويرها فوتوغرافيا بعد الانتهاء في عدة أوضاع وبعد ذلك يتم اختيار صورة واحدة من الصور المأخوذة لها ومن ثم وضعها في برنامج متخصص في تعديل الرسومات، ومن ثم يقومون بالعديد من التعديلات كإطالات الرقبة، وتعديل شكل الكتف، وتنسيق الشعر وتعديل الجلد وإعطاء العينين كبر أكثر¹، ثم يقومون بإظهار الصورة في شكلها النهائي في لوحة دعائية وجوار ذلك اسم لشركة مستحضرات التجميل وهمية، وتظهر في النهاية جملة " ليس الغريب أن يكون مفهومنا للجمال مشوهاً".

¹ <http://Jazzaba.com>. Le 20/04/2018. à14:00.

شركة نيفيا Nivea :

نشأت من اكتشاف الصيدلي نو النظرة المستقبلية الثاقبة دكتور " أوسكار تروبلويتز"مدى إمكانية مادة اليوسيريت التي هي عبارة عن مستحلب مطور من قبل الدكتور الكيميائي " ايساك ليفتشتوتز" لقدرتها الرائعة على جعل الماء يختلط بالزيت ليعطي كريم دهني متماسك هدفه الأول من ذلك الاستخدامات الطبية لعلاج بعض الحالات، وسرعان ما طلب الدكتور "أوسكار ترو بلويتز" من أخصائي علم الجلد الدكتور " بول جيرسون أونا" تعريفه على صاحب هذه المادة الرائعة وهي اليوسيريت ومن هنا اجتمع الثلاثة عقول بفكرهم الرائع وعرض عليهم الدكتور أوسكار نظرتهم المستقبلية إلى المادة الناتجة من خلط الماء بالزيت بمفعول مادة اليوسيريت بأنها ستكون البذرة المثالية لأساس صنع كريمات البشرة التجميلية ولم يكن ينقصهم وقت ذلك إلا الاسم لهذا المنتج، ليبدأوا في طرحه بالأسواق واختيار مدى نجاح فكرتهم¹ هذه، ولم يكن بالشيء الشاق على الدكتور " أوسكار ترو بلويتز" فقد استلهم الاسم من مجرد النظر إلى اللون الثلجي أو الثلج، وانطلقت بعد ذلك شركة نيفيا إلى العالم في نهاية 1911م كول كريم في العالم للعناية بالبشرة بعد سنوات الابتكار والأبحاث من الثلاثة متخصصين السابقين وحتى الآن تبنى شركة نيفيا رؤية دكتور "اوسكار

¹ <http://Jazzaba.com>. Le 20/04/2018. à14:00.

تروبلويتير" وتعمل بها في إنتاج وتطوير منتجات للعناية بالبشرة بأعلى درجة من الجودة وستبقى كذلك لعقود أخرى كثير.

شركة شانيل Chanel :

هي شركة فرنسية الأصل تعمل في تصميم الأزياء الراقية والفاخرة وتضع الملابس الجاهزة والإكسسوارات ومستحضرات التجميل والعطور، حيث أسستها مصممة الأزياء " كوكو شانيل" عام 1910، وتعود ملكية الشركة الآن إلى الشقيقتين " ألان فورت هايمر، جيراد فورت هايمر".

كما علامة شانيل من أهم العلامات التجارية للأجزاء عالميا وفقا لمجلة " فوريس" حيث بلغت أرباح الشركة في عام 2012 ما يقارب 1.6مليار دولار، كما كانت " كوكو شانيل" مؤسسة الشركة رائدة في التصاميم الجديدة حيث أحدثت ثورة في

صناعة الأزياء عن طريق العودة إلى الأساسيات التي تضمن الأناقة والأصالة في عهدها من عام 1971م، كما لقيت " كوكو شانيل" بالفائدة المصممة حتى وفاتها في 10 يناير 1971.¹

¹ <http://Jazzaba.com.le> 20/04/2018. à14:00.

خلاصة

نستنتج مما سبق أن مستحضرات التجميل هي خلاصات تستخرج من مواد معينة بقصد الزينة، وقد ظهرت منذ القدم وتطورت عبر العصور وبدأت تنتشر في أوساط المجتمع. ومع هذا الميول وجدت شركات التجميل سوقا رائجا لمنتجاتها حيث باتت مستحضرات التجميل من ضروريات الحياة.

تمهيد

تنتشر مستحضرات التجميل ومنتجات العناية بالبشرة بشكل كبير في المتاجر وصالونات التجميل، فتستخدمها النساء والفتيات للحصول على طلة أجمل ولجعل البشرة تبدو جميلة وناعمة، لكن هي سلاح ذو حدين، فعلى الرغم من فاعليته على البشرة إلا أنه غير آمن في بعض الأحيان فهو مليء بالمواد الكيميائية والاصطناعية والقاسية على الجلد والتي تؤثر بشكل مباشر عليه.

2-1: المستهلك بين أسعار باهظة و سلع مقلدة

يعد تقليد السلع ظاهرة عالمية تمس مختلف أنواع المنتجات، وهي إبداع فئة من المصنعين في تقليد منتجات أصلية بصنع أخرى تشبهها أو مطابقة لها شكليا بتكلفة أقل وكمية أكبر، وذلك من خلال استعمال مواد أولية من نوع رديء، وإنتاجها في زمن قصير مع انعدام أي رقابة.

تعتبر الظاهرة تعديا على حقوق الملكية الصناعية، كما تشكل خطرا يهدد حياة المستهلكين، الذين يقتنونها لأن لا خيار لديهم نظرا لتواجدها الكبير في السوق وأسعارها المغرية بالمقارنة مع السلع الأصلية التي تباع بأثمان خيالية في بعض الأحيان، إذ ان هذه السلع المغشوشة أو المزورة كما يسميها البعض تنتج بكميات هائلة وإمكانيات بسيطة، مما يؤدي إلى افتقادها للجودة والأمان، ورغم هذا نجد فئة من المجتمع تتجه إليها، وتستهلكها بشكل دائم غير مبالية بالعواقب الوخيمة التي قد تنتج عنها.¹

¹ <http://w.w.Elmaouid.com.le> 01/05/2018. à 22:00

وقد انتشرت هذه الظاهرة لتشمل مختلف قطاعات السوق الجزائرية، إذ لم يعد التقليد مقتصرًا على قطاع منتجات التجميل فقط، بل وحتى المنتجات التي تباع في الصيدلانية. ومن أسباب ظهور وانتشار مثل هذه الصناعات هي العولمة التي فتحت المجال الاقتصادي على التجارة العالمية، ووحدت التنافس لسوق الدولي وجعل الشركات تعتمد إلى انتهاج استراتيجيات تقوم على التقليد وخاصة في البلدان التي تسعى إلى تحسين اقتصادها مهما كانت الوسيلة المعتمدة لتحقيق ذلك، فالمهم بالنسبة لها النتيجة.

تغزو الأسواق العديد من المستحضرات التجميل المقلدة ومنتهية الصلاحية، منها عطور وكريمات خاصة بالبشرة وشامبوهات، وصبغات للشعر وغيرها. تباع بسعر زهيد مما يجعل النساء يتهافتن على اقتناءها بكثرة، علما أنها تحتوي على مواد كيميائية أقل ما يقال عنها أنها خطيرة. تعرض هذه المستحضرات على طاولات تنتشر كالفطريات وتعرف إقبالا كبيرا من عديد الشباب، فلا يمكن لأحد أن يصدق جميع أنواع والماركات الموجودة، لكن الشيء الذي يدعو للاستغراب أكثر هو أن سعر أغلاها لا يتجاوز 500 دينار.¹

¹ <http://www.Almadina.com.le> 01/05/2018. à22:20.

يتاجر العديد من الباعة المتجولين بالماكياج باعتباره تجارة مربحة، نظرا لإقبال

النساء عليها بغض النظر عن مصدرها، بالرغم من ضبط وجز كميات مهمة من

مستحضرات التجميل المقلدة، إلا أنها مازالت تروج في السوق بشكل علني.

ولتفادي هذه المنتجات يعد السعر هو أهم عامل في اكتشاف مستحضرات التجميل

المقلدة، فإذا رأى الفرد سعر المنتج زهيد بالنسبة للماركة التي يحملها، فإن هذا يعد

مؤشرا على أنه منتج ليس أصليا.

وبالإضافة لمستحضرات التجميل المقلدة ومنتهية الصلاحية فهي عرضة لتأثيرات

الطقس بحرارته وقساوة برده؛ مما يؤدي إلى حدوث تفاعلات كيميائية تلحق أضرار

خطيرة بالجلد وفق ما أكده العديد من الخبراء.

وقد كشفت العديد من التقارير أن أحمر الشفاه وخاصة الصيني المقلد، يتكون من

مواد بترولية في صورة زيوت معدنية، ويجعل أحمر الشفاه تمصه الشفاه بسرعة

وتبتلعه المرأة في أغلب الأحيان؛ وقد حذرت الدراسات الجديدة من منتجات تجميلية

كملونات لأحمر الشفاه، وأقلام منتهية الصلاحية أو المقلدة بسبب تأثيرها السلبي

للفم واللثة، وقد يمتد تأثيرها إلى الإنسان أيضا.¹

هذه التجارة ازدرت بسببين أحدهما غياب الدولة عن المراقبة وذلك من خلال فرق

¹ <http://www.Almadina.com.le>01/05/2018.à22:20.

قمع الغش والتي لا تقوم بدورها وثانيا الشعب يريد أن يشتري عدة أشياء بثمن بخس، وهذا ما يدفعه إلى السوق الموازية والتي لا تحترم أي شروط ، ومن جهة أخرى الربح السريع هو الهدف وذلك لغياب الثقافة الاستهلاكية للمجتمع.

فخلال السنوات الأخيرة ارتفعت نسبة استيراد الجزائر من الخارج وخاصة من دول شرق آسيا، فحسب ما كشفت عنه خلية محاربة الغش على مستوى إدارة الجمارك الجزائرية، هناك نوعان من المنتجات المقلدة في الجزائر، السلع المستوردة التي تمثل نسبة 60% وتتصدر قائمة الدول المستوردة منها الصين بنسبة 55%، تليها كوريا الجنوبية ودول أوروبا خاصة الشرقية منها، والسلع المصنوعة في الجزائر بنسبة 4%، كما يعد انتشار الأسواق السوداء والتهريب عبر الحدود من العوامل المؤدية إلى إغراق السوق الجزائرية، بالبضائع المزورة ، فحسب ما صدر في تقرير الأمريكي لسنة 2011 أن الجزائر مصنفة على قائمة الدول ال11 في اللائحة الحمراء.¹

كما لاقت إبداعا في خداع المستهلك وتعددت الجهات المتخصصة في التقليد وتفننت في اكتشاف حيل مبدعة من أجل خداع المستهلك، وإيهامه بأن المنتج الذي يراه في السوق بأثمان مغرية هو منتج أصلي لعلامة مشهورة، بحيث كان ولا

¹ <http://www.Alyam.com.le01/05/2018>. à 23:00.

يزال بعض المصنعين، يقومون بإعادة صنع نسخ من المنتج مع وضع علامته الحقيقية؛ لتأخذ هذه السلع على أنها أصلية لأن التقليد ممتاز، إلا أنه في حال اكتشاف الخدعة تعاقب بشدة من طرف القانون، ولهذا تغيرت الطريقة وأصبح المقلدون يعملون وفق استراتيجيات ذكية لبيع المنتجات، فهناك من يأخذ تسمية علامة أو ماركة عالمية مع التلاعب بالحروف المكونة لها، وآخر يضع تسمية مخترعة مع المحافظة على الشكل واللون الرمزي للعلامة الأصلية المراد تقليدها، كما نجد مصنعين لا يضعون أي تسمية أو علامة على المنتج المقلد ويتركون المشتري حائرا يبحث عن أصل السلعة .

فقد أصبح من الصعب على المستهلك بل يستحيل عليه في بعض الأحيان التفريق بين ماهو أصلي وما هو مقلد، وخاصة إذا كانت الأسعار تتقارب حيث تباع السلع المقلدة بسعر الأصلية، وهي حيلة أخرى تهدف إلى بعث الثقة بالمنتج.¹

من النتائج السلبية التي تترتب عن تسويق منتجات مقلدة بتسميات تشبه تسميات العلامات الأصلية، إلحاق بهذه الأخيرة سمعة سيئة وبالتالي فقدان قيمتها في السوق، فيما يصبو العالم إلى الاختراع والإبداع والتجديد وتبقى ثقافة هذه الدول والمصنعين ثقافة إبداع تقليد وليس إبداع تجديد، هذا ما خلق التنافس السلبي.

¹ <http://www.Alyam.com.le> 01/05/2018. à23:00.

هناك العديد من التجار ورجال الأعمال من اتخذوا من تجارة التقليد مكسبا لهم وغايتهم الوحيدة من وراء ذلك هو تحقيق الربح السريع، وراء إقبال التجار عليها، حيث لا يولون أهمية لمصدر تلك السلع ونوعيتها، ولا يقدرّون مسؤولية الأضرار التي تنتج عنها، وحجتهم في ذلك أنه لا خيار لهم سوى التوجه نحو ممارسة هذا النشاط، فمن جهة يعيلون عائلاتهم بالفائدة التي يجنونها من بيع هذه السلع، كما يساعدون فئة كبيرة من المجتمع على اقتناء حاجياتها بمدخلهم المتواضع من جهة أخرى. وهناك فئة أخرى من يعارضون فكرة تجارة التقليد مهما كانت مزاياها يظنون أن يقينهم التام بأنها تحمل عدة أضرار ويمكن أن يتحملوا المسؤولية بالرغم من معطيات السوق تتطلب من التجار بيعها، حيث أنها تلقى رواجاً كبيراً لدى الزبائن من مختلف المستويات.¹

تعرف السلع المقلدة إقبالا كبيرا من قبل المواطنين وذلك راجع إلى غلاء الأصلية التي تقود المستهلك إلى شراء المقلدة، فمنهم من وجدوا فيها ملجأً يحفظهم من غلاء المعيشة، حيث سعر المنتجات الأصلية المرتفع يضطرهم للتوجه نحو تلك السلع المقلدة غير مبالين لكل ما يقال حولها، فالمهم عندهم هو ملائمتها ودخلهم الضعيف، كما أن انخفاض ثمن منتجات المقلدة يجعلها مطلوبة بكثرة وتباع بسهولة، بحيث تنفذ بسرعة من السوق وهذا ما يعزز صناعتها وتجاريتها والتي تكون

¹ <http://www.Alyam.com.le01/05/2018>. à23:00.

في تناول الجميع، وأن هناك سبب آخر يجعل هذه السلع تباع بسهولة وهو عدم التفريق بينها وبين السلع الأصلية، وكذلك جهل الأشخاص لوجود سلع مقلدة في السوق، فحسب الإقبال المكثف لهذه المنتجات فهذا راجع أيضا بسبب المظهر والشكل الذي تعطيه وكأنه منتجات لماركات عالمية ذات جودة.

بالرغم من أن السلع المقلدة تساعد الكثير من العائلات على التصدي لغلاء المعيشة وانخفاض مستوى الدخل، إلا ان هذا لا ينفى مدى خطورتها على حياة المستهلكين، إذ تتباين درجات الأضرار التي تتجم عن استهلاك هذه السلع فيمكن أن تتسبب في حوادث بسيطة، كما يمكن أن تؤدي إلى الموت¹.

فالمستهلك بين أسعار باهظة وبضائع مقلدة؛ فمن يحمي المستهلك من ارتفاع الأسعار وتفاوتها من مكان إلى آخر؛ ومن الغش في منتجات التجميل والسلع المقلدة بل من يدافع عن حقوقه ويرد له اعتباره، عندما يتعرض للغش و الاحتيال من قبل المحتالين، ورفض إعادة السلعة إذا كانت غير صالحة، خاصة وان البعض مازال مصرا، على كتابة عبارة "البضاعة التي تباع لا تعاد ولا تستبدل" في أسفل

الفاتورة، رغم توجيهات إدارة حماية المستهلك بوزارة الاقتصاد بشطب هذه العبارة. إلا ان تبقى هناك جهات معينة منها جمعيات أهلية و إدارات رسمية و أقسام الحماية في مختلف الأماكن، ومنها إدارة حماية المستهلك بوزارة الاقتصاد، لكن من

¹ <http://www.Alyam.com.le01/05/2018.à23:00>.

منظور المسؤوليات لهذه الجهات نرى أنها لا تقوم بإعمالها و قوانينها بالصورة التي ترضي المستهلك، لذلك يرى البعض من المستهلكين ،انه لا فائدة ترجى من هذه الجهات.

ويرى الاتجاه الآخر ان هذه البضائع لها تأثير سلبي كبير على سمعة المنتجات الأصلية، التي تتكبد أصحابها خسائر مباشرة، ونظرا لعدم وجود الشفافية وغياب المعلومات يجعلان من الصعب تحديد أرقام دقيقة عن حجم البضائع المقلدة التي تدخل إلى الجزائر سنويا، والتي منها المنتجات المسيطرة هي الصينية المقلدة، والتي تغزو الأسواق بكثرة وبشكل غير مألوف، وتصبح محط تدفق السلع. الأمر الذي يستلزم تشديد الرقابة على المنافذ الحدودية، ومحاربة كل أنواع البضائع المقلدة ومصادرتها بل ومنع إعادة تصديرها إلى أي بلد آخر¹، إذ ان إتلافها هو الحل الأمثل وفي المقابل يمكن توسيع من دائرة التوعية وتعميق ثقافة الاستهلاك عن طريق تأثير الإعلام على المستهلك، في حين يقترح معظم الخبراء تشديد الرقابة على الباعة والمتخصصين في تجارة التقليد والمستوردين على الحدود البرية والموانئ والمطارات وفرض غرامات مالية على كل المزورين.

لهذا تعمل الجمارك الجزائرية على التزود بالوسائل العلمية للتفتيش والاعتماد على التكنولوجيات المتطورة، وكذلك القيام بإصلاحات على مستوى مختلف مصالحها في

¹ <http://www.Albayan. Ae. Le 01/05/2018. à22 :45>.

إطار برنامج عصرنة إدارة الجمارك الجزائرية. إذ انها تخسر سنويا ما يقارب 30 مليار دولار بسبب التقليد، بالرغم من الجهود المبذولة من طرف وزارة التجارة والجمارك في مكافحة السلع المقلدة من خلال محاربة الغش والتهريب بأشكالهما وكذلك حماية الاقتصاد الوطني، إلا أن هذا لا يكفي استفعال هذه الظاهرة بتزايدها سنة بعد أخرى.¹

¹ <http://www.Albayan. Ae. le 01/05/2018. à22:45>.

2- 2: مخاطر مستحضرات التجميل:

- ان كل المستحضرات مكونة من مواد كيميائية ذات التأثيرات ضارة على بعض المستخدمين لها، إما بالتأثير المباشر المهيج على الجلد أو الاستجابة غير العادية لبعض أنواع الجلد لهذه المواد خاصة المصابين بالحساسية الجلدية أو التأثير الضار لأشعة الشمس والتي يكون لها الأثر الكبير في وجود هذه المواد على السطح.
- الاستخدام المفرط لمستحضرات التجميل التي بها مركبات ومعادن كيميائية وامتصاص المسام الجلدية لهذه المواد يحدث التهابات وحساسية والتي تعرض الأنسجة المكونة للدم والكلى والكبد فهذه المواد تسبب ترسبات متكاملة فلا يتخلص منها الجسم بسرعة.
- تشكل المواد الكيميائية المادة الخام لصناعة مستحضرات التجميل وتعرف بالمواد المسرطنة والتي تمتد خطورتها للإصابة بالسرطان على المدى البعيد.¹

¹ <http://mawdoo3.Com.le02/05/2018.à10:30>.

- تستخدم فيها بعض الملونات وال مثبتات الكيميائية ذات الأضرار الهائلة التي تتعرض لها البشرة وتسبب الاحمرار والبثور الكبيرة والصغيرة.
- احمرار الوجه وظهور الطفح الجلدي وتعرض البشرة للإصابة بحب الشباب وتحسسه وتهيجه.
- الإصابة بالتهاب الجلد أو ظهور الاكزيما، بسبب التفاعل بين البشرة وبعض مركبات مستحضرات التجميل.
- تغير لون البشرة واستمرارها بسبب مواد تفتيح البشرة وتعميقها.
- انسداد المسام الجلدية مما يؤدي إلى ظهور حبوب في الوجه خاصة إذا كانت البشرة دهنية.
- حدوث عجز في تحديد خلايا البشرة بسبب تراكم مواد التجميل على المسامات وامتصاص البشرة لها.
- تلف الرئة الناتج عن استنشاق مستحضرات التجميل مثبت الماكياج ومثبت الشعر.
- إلحاق الضرر بالعنين بسبب استخدام الرموش الاصطناعية والمواد اللاصقة لصق الرموش.¹

¹ <http://mawdoo3.Com>. Le02/05/2018. à10 :30.

- ظهور التجاعيد على البشرة في المرحلة عمرية صغيرة بسبب تعرض بعض المواد لأشعة الشمس ناتج عن ذلك إلى فقدان المواد الحافظة منها وهذا يضاعف ضررها على البشرة.
- اضطراب عمل أعضاء الوجه، بسبب ارتخاء أعصاب الوجه.
- التعرض للعدوى بسبب تبادل أدوات مستحضرات التجميل كالكحل وفرش التجميل.
- يمنع البشرة من التنفس، ويوفر بنية مناسبة لنمو البكتيريا والشوائب الخارجية مما يسبب لاحقاً مشاكل جلدية.¹

¹ <http://mawdoo3.Com>. Le 02/05/2018. à 10 :30.

2-3: نصائح وإرشادات حول استخدام مستحضرات التجميل

- الحرص على استخدام مستحضرات التجميل الطبيعية قدر الإمكان
- تجنب النوم قبل إزالة جميع آثار مستحضرات التجميل عن سواء تلك التي تستخدم للوجه أو العينين.
- استخدام مستحضرات التجميل التي تكون من نوعية جيدة ومعروفة بجودتها.
- انتقاء أنواع مناسبة تماما لنوع الجلد البشرة وطبيعة الشعر.
- عدم المبالغة والإكثار من استخدام مستحضرات التجميل، فليست العبرة في الكم و إنما في الفعالية.
- انتقاء ألوان مستحضرات التجميل الخاصة، والتي تكون خالية من الكحول والأمونيا.
- وضع مستحضرات التجميل بشكل مناسب للمناسبة والزمان والمكان، بحيث يمكن مسحها فيما بعد.¹

¹ <http://www.Albawaba.com.le> 02/05/2018. à 12 :00.

- تجنب مستحضرات التجميل والمنتجات المقلدة والتجارية التي لا تحتوي على ملصق للمكونات.
- تجديد مستحضرات التجميل المتوفرة لدى المستخدم كل ستة أشهر وتجنب الحرارة والرطوبة.
- تعتبر هذه المنتجات الأقل عمرا، فعمرها الافتراضي على الرفوف هو ستة أشهر فقط وينصح بعدم ضغط الهواء داخل العبوة لان دخول الهواء يفسدها بقايا المنتجات و يسبب جفاف المنتج.
- وضع بعض المنتجات في مكان بارد و جاف لان الحرارة يمكن ان يفسدها ويسبب نمو البكتيريا بها.
- اختبار مستحضرات التجميل المعروفة، والتي خضعت للتجارب.
- الانتباه إلى تاريخ تصنيع المنتجات، وتاريخ انتهاء الصلاحية وطبيعة المواد.
- الابتعاد عن استخدام الماركات المجهولة.
- الابتعاد عن تعريض الشعر لصبغ وتغير لونه كثيرا.¹
- ضرورة التوقف عن استخدام المنتج المسبب لأي رد فعل على البشرة فوراً.

¹ <http://www.Albawaba.com.le> 02/05/2018. à12:00.

- الحرص على اختيار المنتجات قليلة المكونات، فذلك يقلل من فرص رد الفعل على البشرة.
- التخلص من مستحضرات التجميل إذا تغير لونها أو صدرت عنها رائحة كريهة.¹

¹ <http://www.Albawaba.com.le> 02/05/2018. à 12 :00.

خلاصة:

نستنتج مما سبق أن مستحضرات التجميل أصبحت خطوة أساسية، فرغم فعاليتها في إخفاء العيوب والتزيين، ورغم ايجابياتها إلا أن سلبياتها تطغى. فقد تعددت أثارها على مستخدميها. أصبحت تشكل خطورة على البشرة والجلد، وقد كان المستهلك هو المتضرر الوحيد بحيث ليس لديه الخيار إلا لاقتنائها بسبب غلاء أسعار تلك الأصلية. فعليه الالتزام ببعض النصائح والإرشادات التي ستقلل من أضرارها.

تمهيد:

يمثل الجانب التطبيقي للروبورتاج مرحلة جد مهمة، حيث تستحوذ فيه المراحل الأساسية للروبورتاج، الذي ينقسم إلى ثلاثة مراحل أساسية:

مراحل إعداد الروبورتاج المصور:

1- مرحلة ما قبل التصوير:

هي مرحلة الإعداد للعمل بحيث الصحفي هنا يقوم بجمع ما استطاع من وثائق و أرشيف للمعلومات واستجابات الأشخاص الذين لهم علاقة بالموضوع المعالج، كما يتوجب التوجه إلى أماكن التصوير وترتيب مواعيد إجراء المقابلات مع الأشخاص الذين سيتم تصويرهم.

- المعاينة:

هي مرحلة مهمة تستهدف التوجه إلى الأماكن المحتملة للتصوير كما يتم عن طريقها تحديد الأشخاص الذين سيتم التصوير معهم.

السينوبسيس:

يعد السينوبسيس بمثابة خطة عمل توضيح عملية تركيب و هو بذلك لا يختلف في السيناريو، كذلك هو عبارة عن ملخص يبين فيه كل الجوانب التي ستدخل في عملية التصوير فهو بذلك تصور مبدئي حول الموضوع والمواضيع الفرعية فيه.

من خلال هذا الروبورتاج تناولنا تأثير مستحضرات التجميل لاحظنا اهتماما كبيرا لكل ما يخص تلك المقلدة منها، وتوجب علينا إجراء مقابلات مع مختصين في الطب كأمراض الحساسية والجلد، وعلم الاجتماع وعلم النفس وعلم الاقتصاد وذلك من أجل توضيح سبب انتشار ظاهرة مستحضرات التجميل المقلدة التي تباع في غير محلها.

البطاقة الفنية للروبورتاج

الموضوع : روبورتاج مصور

النوع الصحفي : روبورتاج مصور

العنوان: مستحضرات التجميل بين المقلد والأصلي.

المدة: 13د

الجمهور المستهدف: جمهور عام وخاص.

2- مرحلة التصوير:

أ)- مدة التصوير: تحتاج هذه المرحلة إلى وسائل التصوير والتسجيل مثل آلة الكاميرا أو آلة التسجيل وضبط الصوت، فيصور الصحفي ما يهيمه، أو ما يمكن أن يساعده من صور وتسجيل كل الاستجابات الهامة مع شخصيات معينة بالموضوع فهذه المرحلة عبارة عن جمع المادة الخام التي تهيء لتصوير جاهزة للانتقال إلى المرحلة التالية وقد استغرقت مدة التصوير 10 أيام.

في يوم 2018 04/30 اتجهنا صباحا على الساعة 9 صباحا متجهين نحو مكان التصوير، قمنا بتصوير المستحضرات المعرضة لأشعة الشمس، وقمنا بمقابلة مع أحد البائعين.

يوم الثاني: 2018/05/1 اتجهنا كالعادة إلى المكان التي كنا سنقوم بالتصوير فيه لنتفاجأ بمنعنا من التصوير.

أما اليوم الثالث: 2018/5/5 قمنا بزيارة المحلات التي تباع فيها مستحضرات التجميل وقمنا باستجواب وطرح بعض الأسئلة على بعض الزبائن والمشتريين.

يوم الرابع: 2018/05/06 كانت وجهتنا إلى الجامعة لمقابلة الأخصائيين في علم النفس، وقمنا بالتصوير معهم.

يوم الخامس: 2018/05/07 اتجهنا مساء على الساعة 14:00 زوالا لإجراء مقابلة مع طبيبة مختصة في أمراض الجلد.

يوم السادس: 2018/05/08 توجهنا إلى المركز التجاري UNO قمنا بتصوير أماكن ومقابلة زبائن.

يوم السابع: 2018/05/09 اتجهنا صباحا الى الجامعة لاجراء مقابلة مع علم الاجتماع.

يوم الثامن: 2018/05/10 اتجهنا صباحا على الساعة 09:00 برخصة التصوير الى مديرية التجارة بولاية مستغانم، لكن تم منعنا من التصوير.

يوم التاسع: 2018/05/13 اتجهنا صباحا إلى الإذاعة الجهوية لولاية غليزان لتسجيل التعليق.

يوم العاشر: 2018/05/14 اتجهنا صباحا على الساعة 08 صباحا الى مديرية التجارة لولاية غليزان لإجراء مقابلة مع حماية المستهلك وقمع الغش.

الإمكانات المستخدمة:

- نوع الكاميرا: panasonic HD 24 / Samsang lens hd 25MM
- أماكن التصوير: الجامعة- وسط المدينة { محلات تجارية- أسواق تباع فيها
- مستحضرات التجميل } لولاية مستغانم- مديرية التجارة لولاية غليزان.

2- مرحلة ما بعد التصوير:

تبدأ هذه المرحلة بعدة خطوات أهمها:

1- المشاهدة:

تعد المشاهدة عنصرا ضروريا في تحضير أي عمل سمعي بصري ، تتيح لنا هذه المرحلة الاطلاع على المادة الخام المصورة والوقوف على أهم النقائص والأخطاء التي يقع فيها المصور أثناء التصوير، التي تستوفي الشروط الفنية والجمالية في التصوير.¹

أخذت منا هذه المرحلة وقتا، لأنها تعد الركيزة الأساسية التي يبني عليها عملنا السمعي البصري، فهذه المرحلة تسمح لنا بتصحيح الأخطاء وحذف اللقطات غير المرغوب فيها من قبل بدء عملية المونتاج. وبعد مشاهدة العمل لعدة مرات، كنا في كل مرة نقف عند جزء معين من المادة المصورة بالملاحظة الدقيقة ونرصد الأخطاء لنخرج فيما بعد بعدد من اللقطات والمشاهد التي تخدم مادتنا لنشرع بعدها في عملية المونتاج.

2- التركيب أو المونتاج :

يعد المونتاج خطوة أساسية في أي عمل سمعي بصري، إذ يمكن لهذا الأخير خلق صورة انسيابية ومناسبة ويتحقق هذا بحذف اللقطات والمشاهد التي لا تمت بصلة للموضوع أو قد تشوش على محتوى المادة السمعية البصرية، من خلال الأخطاء التي تكتنفها. كما يسمح المونتاج بالإطالة و التقصير في زمن اللقطة بحكم انه يستطيع التغلب على المشاكل والأخطاء الميكانيكية.²

ويعد المونتاج اخر مرحلة لإعداد النهائي لموضوعنا.

¹محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004، ص566.

² نفس المرجع السابق، ص 566.

ولقد جمعنا لقاءات كثيرة في هذه المرحلة مع المسؤول عن التركيب حتى وصلنا إلى المرحلة النهائية حيث اعتمدنا على التقطيع الأولي.

3- المزج:

توحي هذه الكلمة بالتغير الطفيف الذي يلحق الوقت أو المكان أو كليهما، إذ يستخدم المخرجون هذا النوع من التقنيات العديدة للتغير من مظهر المادة المنتجة بغرض تشويق المشاهد.

وبعد إدخال الموسيقى وتسجيل التعليق، تتم عملية المزج أو ما يعرف بـ Mixage وتعد هذه العملية من أهم المراحل التقنية لانجاز روبرتاج مع ضبط عناصر جينيريك البداية والنهاية في الأخير.

4- التعليق:

إن التعليق في العمل المصور يساعد على توضيح الهدف المرجو من خلال العبارات و الألفاظ الموجبة يتضح المعنى في تعليق الروبورتاج مع الوجود الصور يساعدنا على إيصال الرسالة الإعلامية بشكل جيد ، فنتم كتابة التعليق بمراعاة فكرة الموضوع وأهداف الروبورتاج المادة الخام التي حصلنا عليها .¹

نص التعليق:

سلع متراصة جذابة وتعليب أجمل ملفت يروق للناظرين، كم هائل من مستحضرات التجميل لماركات عالمية وهنا يحضر الاسم ويغيب المنتج الأصلي، سلع مقلدة وبأثمان زهيدة، تستهوي بشكل خاص شريحة النساء من مختلف الأعمار، ضاربين عرض الحائط مكوناتها التي قد تهدد صحتهم، والتي قد يصل بها الأمر في بعض الأحيان للتسبب في التشوه.

¹ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 556 .

غالبية هؤلاء النسوة يقلن من خطورة هذه المواد لسبب أو آخر، لكن هل لمواد التجميل معايير يجب التقيد بها ؟

الأمراض التي تفرزها مستحضرات التجميل المقلدة يمكن أن تظهر على المدى القصير، كما يمكن أن تبقى مترسبة في الجسم ثم تتجلى للعيان على المدى الطويل وهنا الكارثة لأنها ببساطة قد تتحول أحيانا إلى سرطان.

ليس كل مقلد خطير مادام يخضع للمعايير فالنسبة للهيئة المكلفة بالرقابة ترى أن المواد المعروضة في السوق اليوم والتي قد يراها البعض مقلدة لا تشكل أي خطورة، لأنها مراقبة وأما بالنسبة للأسعار المنخفضة فهناك تفسير لذلك.

في حين تبقى المنتوجات التي تشكل خطر تلك التي يتم عرضها بطريقة لا تخضع للمعايير المعمول بها على غرار تعرضها بشكل دائم لأشعة الشمس كالمواد التي يتم عرضها على أزقة الشوارع والطرق.

جولتنا قادتنا إلى العديد من محلات المختصة لبيع هذه المواد ، أين لاحظنا عكس الفئة الأولى هناك نسوة يفضلن اقتناء المواد الأصلية ، رغم غلائها ولسان حالهن يقول صحتي فوق كل اعتبار.

بين المقلد والأصلي بين ماهو مشكوك فيه و ماهو صحي يسعى المختصون الى توعية المستهلكين بضرورة الابتعاد عن منتجات قد تحمل انعكاسات سلبية على صحة الفرد.

5- الموسيقى:

تحمل الموسيقى عنصرا جماليا هاما للمادة السمعية البصرية، اذ تصاحب جل الأعمال الإذاعية والتلفزيونية التي تتزامن معها آراء فكرة ملتحمة، بحيث تكتسب الفيلم قيمة وفنية هائلة.¹

لقد عمدنا في عملنا هذا إلى اختيار موسيقى تتناسب والموضوع فوقع اختيارنا على الموسيقى التي تخدم الموضوع، حيث أضفى عليها نوعا من الحيوية التي من شأنها أن تترك أثرا مميذا لدى المشاهد، كما يتم اختيار الموسيقى المتناسقة لجنيريك البداية والنهاية حتى يكون العمل أكثر نضجا واحترافا.

¹ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 566 .

جينيريك البداية:

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة العلوم الإعلام والاتصال

تخصص صحافة علمية

تقدم

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

روبورتاج بعنوان:

مستحضرات التجميل بين المقلد والأصلي

من إعداد الطالبتين:

عمار بختة

طاري سعيدة

تحت إشراف الأستاذة:

لمياء مرتاض- نفوسي

جينيريك النهائية:

كنتم مع روبرتاج مصور بعنوان
مستحضرات التجميل بين المقلد و الأصلي
لنيل شهادة الماستر في
علوم الإعلام والاتصال
تخصص صحافة علمية
من إعداد

طاري سعيدة

عمار بختة

تحت إشراف الأستاذة
لمياء مرتاض-نفوسي
تعليق

بوخاتم توفيق

موسيقى

كلاسيكية

تصوير

عمار بختة

طاري سعيدة

تركيب

سهام بن أحمد

السنة الجامعية

2018-2017

نشكر كل من ساهم في إخراج هذا العمل

7 _ جدول التقطيع الفني:

رقم المشهد	رقم اللقطة	نوع اللقطة	حركة الكاميرا	مضمون اللقطة	تعليق	الصوت	الوقت
01	01	عامة	بانورامية	مقطعات من محلات بيع مستحضرات التجميل		موسيقى	4ثا
02	01	عامة	بانورامية	لقطات عامة حول محلات بيع مستحضرات التجميل	سبع متراصة منتج اصلي	موسيقى	12 ثا
03	01	عامة	بانورامية			موسيقى	4ثا
	01	عامة	بانورامية		سبع مقلدة تشوه	موسيقى	17 ثا
04	01	حزامية	ثابتة	مقابلات مع البائع			19 ثا
05	01	عامة	بانورامية				
06	01	صدرية	ثابتة	مقابلة مع الزبون			14 ثا
07	01	صدرية	ثابتة	مقابلة مع علم الاجتماع حول انتشار هذه الظاهرة			56
08	01	عامة	بانورامية		غالبية هؤلاء تقيدها	موسيقى	14 ثا
09	01	صدرية	ثابتة	مقابلة مع أخصائية أمراض الجلد حول: مستحضرات التجميل وتأثيرها على الجلد.			32 ثا
10	01	عامة	بانورامية	صور للاعراض التي تخلفها مستحضرات التجميل	الامراض التي..... سرطان	موسيقى	21 ثا

09	01	صدرية	ثابتة	مقابلة مع طبية مختصة في أمراض الجلد.			د1
10	01	صدرية	ثابتة	مقابلة مع علم النفس: نظرة علم النفس لمستخدمي مستحضرات التجميل وسبب وراء وضعها.			30 ثا
11	01	عامة	بانورامية	المحلات التي تباع فيها مستحضرات التجميل.		موسيقى	3 ثا
12	01	عامة	بانورامية	الإماكن التي تباع فيها مستحضرات التجميل.	ليس كل مقلد..... تفسير ذلك.	موسيقى	20 ثا
13	01	صدرية	ثابتة	مقابلة مع مديرة التجارة			1:2 ثا2
	02	عامة	بانورامية	لقطات لمحلات بيع مستحضرات التجميل		موسيقى	10 ثا
	03	صدرية	ثابتة	مقابلة مع مديرة التجارة: تقنين بالنسبة لمستحضرات التجميل.			1:1 ثا4
14	01	عامة	بانورامية	مقطعات لزبائن أثناء اقتنائهم لمستحضرات التجميل.		موسيقى	03 ثا
15	01	عامة	بانورامية		في حين تبقى..... طرقا	موسيقى	40 ثا
16	02	عامة	بانورامية	لقطات لمواطنين أثناء اقتنائهم للمنتجات		موسيقى	5 ثا
17	03	عامة	بانورامية		جولتنا قادتنا.....	موسيقى	17 ثا

		كل اعتبار					
14 ثا			مقابلة مع الزبون	ثابتة	صدرية	01	18
35 ثا			مقابلة مع بائع	ثابتة	صدرية	01	19
19 ثا			مقابلة مع الزبون	ثابتة	حزامية	02	
114 ثا			مقابلة مع البائع	ثابتة	صدرية	03	
14 ثا	موسيقى	بين مقلد والأصلي... صحة..... الفرد.	بيع محلات مستحضرات التجميل.	بانورمية	عامة	01	20
7 ثا	موسيقى			بانورامية	عامة	01	21

خاتمة:

بعد دراستنا النظرية واستطلاعاتنا لموضوع مستحضرات التجميل المقلدة، فقد تبين في الآونة الأخيرة الاستخدام المكثف لمستحضرات التجميل إضافة إلى انتشار أماكن بيعه وما يلفت الانتباه، هو الإقبال الكبير على اقتناءها غير مباليين عن مصدرها، حيث باتت تشكل خطورة يهدد حياة الأفراد.

ومن خلال قيامنا بهذا الروبورتاج، وقيامنا بصبر أراء لاحظنا أن مستخدمي مستحضرات التجميل لا يهتمهم عند اقتناء مستحضرات التجميل ان كانت مقلدة أو أصلية، وحسب آرائهم الشيء الذي يقودهم إلى اقتناء هو السعر بالدرجة الأولى على عكس فئة أخرى.

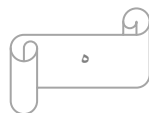
وهذا ما يعكس قلة وعيهم وعدم درايتهم بالمخاطر التي قد تسببها هذه المستحضرات المقلدة على الجلد والبشرة، ولا حل إلا على الدولة قمع الغش ووضع رقابة صارمة لمنع هذه التجاوزات، وتكاتف الجهود ونشر و تحسيسهم بالمخاطر التي تسببها مستحضرات التجميل المقلدة التي تكون عرضة لأشعة الشمس، واستشارة الطبيب أثناء اقتناءها.

خاتمة:

بعد دراستنا النظرية واستطلاعاتنا لموضوع مستحضرات التجميل المقلدة، فقد تبين في الآونة الأخيرة الاستخدام المكثف لمستحضرات التجميل إضافة إلى انتشار أماكن بيعه وما يلفت الانتباه، هو الإقبال الكبير على اقتناءها غير مباليين عن مصدرها، حيث باتت تشكل خطورة يهدد حياة الأفراد.

ومن خلال قيامنا بهذا الروبورتاج، وقيامنا بصبر أراء لاحظنا أن مستخدمي مستحضرات التجميل لا يهتمهم عند اقتناء مستحضرات التجميل ان كانت مقلدة أو أصلية، وحسب أرائهم الشيء الذي يقودهم إلى اقتناء هو السعر بالدرجة الأولى على عكس فئة أخرى.

وهذا ما يعكس قلة وعيهم وعدم درايتهم بالمخاطر التي قد تسببها هذه المستحضرات المقلدة على الجلد والبشرة، ولا حل إلا على الدولة قمع الغش ووضع رقابة صارمة لمنع هذه التجاوزات، وتكثيف الجهود ونشر و تحسيسهم بالمخاطر التي تسببها مستحضرات التجميل المقلدة التي تكون عرضة لأشعة الشمس، واستشارة الطبيب أثناء اقتناءها.



قائمة المصادر و المراجع:

. القواميس:

1. إبراهيم مصطفى وآخرون، معجم الوسيط، دار الدعوة للنشر والتوزيع، د ط.
2. محمد بن مكرم بن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، دار صادر للنشر و التوزيع، بيروت، د، ط .

الكتب:

3. ساعد ساعد، فنيات التحرير الصحفي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر 2006.
4. العياضي نصر الدين ، اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2007.
5. حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004
6. لعقاب محمد ، الصحفي الناجح ، دار هومة للنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2006.

وابوغرافيا:

7- <http://w.w.w.Aljamila.com/node>

8- [http://pink.weziwezik, com.](http://pink.weziwezik.com)

9- <http://Jazzaba.com>.

10- [http://mawdoo3. Com](http://mawdoo3.Com).

11- <http://www.Albawaba.com>.

12-<http://w.w.w.Raya.com/home>.

. مراجع باللغة الفرنسية:

13 -Le petit la rousse ,E.D Moury imprimeur, S-A Malesherrder ,2005
paris .