

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

قسم العلوم الإنسانية (LMD)

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر

إتصال صورة و مجتمع

م عنوان المذكرة

الإعلان التوعوي في التلفزيون الجزائري

(تحليل سمبولوجي لحمالات مكافحة المخدرات)

تحت إشراف الدكتور:

قوعيش جمال الدين

من إعداد الطالبان:

يوسف سام

عربي شميناز

الموسم الجامعي

2012/2011

إهداء

أتقدم بالشكر إلى أروع و أعز مخلوق في هذا الوجود، إلى الإنسان الذي رحمني بحبه و اهتمامه طامعا بمستقبلي، إلى من جعل في الاهتمام بي أملا في حياته، إلى من يعطيني و لا يأخذ،
إليك أبي الغالي حماك الله.

إلى من قيل فيها الجنة تحت أقدام الأمهات " إلى زهرة حياتي أمي العزيزة " حفظك الله و
رحمك.

إلى من علمني أن الحياة تحدي و طموح، و النهاية هي البداية دواما قاسمتني أطيب و اتعس
الأوقات " أختي و أمي الثانية " خليدية " و زوجها " شريف " و الكتاكيت " أميرة لينة "،
أنس نذير، آدم فؤاد .

إلى من شاركوني رحم أمي إخوتي و أخواتي و أبناء الأخ يوسف، دنيا.

إلى كل عائلة العربي، معزوز.

إلى رفيقة دربي " سما "

إلى صديقاتي: فاطمة، خديجة، نرجس، سامية، كهيبة.

إلى أصدقائي: يونس، معتز بالله، عبد المالك، شريف، محمد

إلى كل من نسيهم قلبي دون أن ينساهم قلبي

إهداء

أهدي ثمرة جهدي:

إلى من شاركتني الأفراح والأحزان، إلى صاحبة الصدر العنون " أمي " الغالية "

—محبوبة—

إلى من ضحى بكل شيء، فالصمني برقته و عطفه أبي العزيز " الحاج " أطال الله في عمره.

إلى الجدين الكريمين " الناجل، خيرة " أطال الله في عمرهما

إلى إخوتي الأعزاء: عمر الفاروق، محمد، يوسف، نعيمة

إلى عماتي و خالاتي و بناتهن: منصورية، كندة، نوال، إناس، الأء، وجاء

إلى الصديقات: شميناز، سميرة، نادية

إلى الأصدقاء: فؤاد، سيد أحمد، عبد المالك، شريف، فادة معتز بالله.

كلمة شكر

قبل كل شيء، نشكر الله على نعمه التي لا تحصى و نسأله المزيد من فضله و كرمه.

نتقدم بأسمى معاني الاحترام و التقدير إلى كل من ساهم في مساعدتنا على إنجاز هذا العمل

المتواضع.

نتوجه بالشكر و العرفان إلى أستاذنا الكريم " فحيش جمال الدين "، كما نخص بالشكر كل

أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال لكلية العلوم الاجتماعية " عبد الحميد بن باديس ".

المقدمة:

من خطاب الكلمة التي تستهدف العقل والمنطق، انتقلنا في عصر اليوم إلى خطاب الكلمة و الصورة، التي تستهدف القلب و الوجدان قبل العقل، وهذا كله في سبيل إقناع المتلقي بمضمون الرسالة، فغن تقنع شخصا ليس بالأمر الهين، إذ يحتاج ذلك إلى مهارات يمتلكها المرسل، وإلى كم من المعلومات يكون قد بحث عنها، فما بالك بإقناع جمهور معين، أو فئة معينة، وخصوصا إذا كان موضوع الرسالة حساسا يتطلب الاقتناع به، تغيير سلوكيات و عادات في الفرد المستهدف، ولذلك أصبح التركيز على الصورة إلى جانب الكلمة للعمل على تحقيق هذا الإقناع.

فالصورة وخصوصا المتحركة منها، أصبحت تحيط بالإنسان في كل مكان، فشاعت ثقافة الصورة، التي أصبح لها وزنها الثقيل في بلورة الخطاب الإعلامي، و تحديد الوجهة التي يسير عليها، إذ أصبحت تلعب الدور الأساسي في تشكيل الاتجاهات وتوجيه السلوكيات، فهي لها قوة اتصالية تمكنها و بجدارة من استثارة انتباه المتلقي والتأثير فيه، ولهذا إن استغلالها جيد، فقد أصبحت أكبر دليل على الأزمات التي يعيشها مجتمع ما، كما أنها أصبحت من أشد الوسائل المعول عليها في الإقناع وفي التعبير عن أي مرض اجتماعي كما هو حال المخدرات، والذي يعد فشل أو قلة فعالية الخطابات الناهية عن تعاطي المخدرات والقوانين الرادعة لذلك الفعل، ثم التوجه إلى حملات الوقاية إعلاميا عن طريق تصميم رسائل إعلامية ذات منفعة عامة.

هذا النوع من الاتصال الذي يتخذ من وسائل الإعلام كدعائم له، أصبح يعول عليه كثيرا في القضاء على مثل الآفات التي قد تتحول إلى أزمات، و هذا بعد انبهار العالم بمقدرة وسائل الإعلام التأثيرية، وفي تغيير الاتجاهات والآراء وحتى الاقتناعات، لارتكازه على إستراتيجية يتم وضعها من قبل القائم بالاتصال، وذلك بما يتناسب والمشكل الذي يحتاج إلى معالجة من خلال الاتصال الاجتماعي فأهداف الرسالة، وكذا الجمهور المستهدف بها، إذ على أسس هذا الأخير وخصائصه واستعمالاته لوسائل الإعلام الجماهيرية يتم اختيار الدعامة الرئيسية لهذا الاتصال الاجتماعي.

ولأن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر شعبية، لكونه بخصائصه المتميزة، قبلة الجماهير المختلفة سواء المتعلمين منهم أو الأميين، الكبار منهم أو الصغار فقد اخترنا في دراستنا هذه الوسيلة الإعلامية، لمعرفة كيف تم التعبير من خلالها عن مكافحة المخدرات وذلك من خلال تناولنا للحملات الإعلانية التي تم تصميمها لهذا الغرض من قبل الديوان الوطني لمكافحة المخدرات وإدماجها بالتعاون مع وزارة العدل الجزائرية، كما تلقينا صعوبات بالنسبة لهذه الحملات أنها لم تمر عبر التلفزيون الجزائري بل انتقيناها من الموقع الإلكتروني للتلفزيون الجزائري. باعتبار أن الحملات الإعلانية هي من أهم الوسائل المستعملة في التعبير بشكل واقعي عن مكافحة المخدرات، إذ بالإضافة إلى استعمالها الصوت والصورة في آن واحد، فإنها تجمع وتخاطب العين والأذن معا.

من هذا المنطلق أردنا الخوض في دراستنا محاولين التطرق إلى كيفية تناول موضوع المخدرات من خلال الرسائل الإعلامية السمعية البصرية وبالتالي مكافحة المخدرات في لقطات الحملات الإعلانية، وذلك من خلال القيام بالتحليل السيميولوجي لثلاث حملات إعلانية ثم انتقاءها بدقة بما يتناسب وموضوع الدراسة وهو الإعلان التوعوي في التلفزيون الجزائري، حيث سمح لنا التحليل السيميولوجي المعتمد عليه في الدراسة بقراءة الحملات واكتشاف مدلولاتها من خلال اللغات المستعملة في كل حملة، في حين سمح لنا التحليل النصي وفق منهجية " رولان بارث" بالغوص والتعمق في الخطاب المتضمن في كل رسالة، و هو ما سعدنا في الكشف عن دلالة كل حملة على مكافحة المخدرات.

ولتحقيق غرض الدراسة، والإجابة على إشكاليتنا، اتبعنا خطة واضحة المعالم، استهللناها بمقدمة حول الموضوع ربطت موضوع المخدرات بالاتصال وقمنا بتقسيم الدراسة كما يلي: إلى فصل تمهيدي والجانب النظري الذي احتوى على فصلين، الفصل الأول: الإعلان والإعلان التوعوي، والفصل الثاني: محددات ظاهرة المخدرات وواقعها الجزائري، كما تعرضنا في الجانب التطبيقي إلى التحليل السيميولوجي لثلاث حملات توعوية لمكافحة المخدرات.

الإطار الفني

الفصل الثاني

معدلات ظاهرة المخدرات

وواقعها الجزائري

الفصل الأول

الإعلان والإعلان التوعوي

الجانج التطبيققي

الفصل الثالث

التحليل السيميولوجي للحملات التوعوية

الجانحة النظرية

الملاحق

قائمة المصادر

والله راجع

أسباب اختيار الدراسة و أهدافها:

أ- الأسباب:

إن اختيارنا لهذا الموضوع بصفة عامة لم يكن احتياطا، و إنما كان نتيجة لمبررات بعضها موضوعي، والبعض الآخر ذاتي كما يلي:

1- الأسباب الموضوعية:

إن استهدافنا لهذا الموضوع لم يكن محل الصدفة، بل كان نتاجا لمعطيات كنا قد تحصلنا عليها بعد إجراءنا لبحث ميداني حول انتشار هذه الظاهرة في المجتمع الجزائري وكيف قامت السلطات المعنية بعلاج هذه الظاهرة أو على الأقل محاولة الوقاية من الوقوع في فخ هذه الظاهرة.

إذ تفيد المعطيات بأن الشباب الجزائري والذين يشكلون أكثر من 75% من المجتمع الجزائري هم الأكثر استهلاكاً و تعاطياً لهذه المادة المؤثرة على الجسم والعقل و المؤدية إلى الهلاك ومن الأسباب أيضا:

- انتشار ظاهرة المخدرات في الجزائر، و ذلك بوتيرة سريعة خاصة العشرية الأخيرة (فترة العنف في الجزائر).
- اهتمام الجزائر- وبالخصوص مؤخرا- بالعمل على مكافحة جريمة المخدرات، و ذلك من خلال عقد ندوات واجتماعات توعوية، بالإضافة إلى سن قوانين ردعية فعالة للحد والقضاء على هذه الظاهرة، وذلك من خلال التعديل الأخير لقانون العقوبات وقانون الإجراءات الجزائية.
- استعمال الجزائر للتلفزيون كدعامة إعلامية لمكافحة المخدرات، و لتوعية الشعب بصفة عامة بخطورة المخدرات وأضرارها واستعمالها مؤخرا الحملات التوعوية للوقاية من المخدرات والقضاء عليها، وتبيان أخطارها.

2- الأسباب الذاتية:

- التزاما من بالمسؤولية الملقاة على عاتق المشتغلين بالعلم عامة، وعلوم الإعلام والاتصال خاصة، وذلك من أجل القضاء ومواجهة المخدرات.
- شغفنا بالإعلان و انبهارنا به، وبالتغيرات التي يمكنه تحقيقها لدى الجماهير.
- رغبتنا في التعرف بعمق على منهج التحليل السيميولوجي للحملات التوعوية وذلك بهدف التعرف على المعاني الظاهرة والمضمنة فيها.
- انعدام الدراسات حول مدى عكس الحملات التوعوية لمخاطر المخدرات وذلك على مستوى معهد علوم الإعلام والاتصال.

ب- الأهداف:

لقد حظي موضوع المخدرات لمدة طويلة الصدارة من بين المواضيع المطروحة للتناقش، كله في سبيل تحليل ومعرفة أضرار هذه المواد التي جعلت الشباب على الخصوص عبيدا لها، وكذا التعرف على الأسباب الرئيسية الكامنة وراء ارتفاع استهلاكها داخل المجتمع، أو الحديث عن الأرقام و الإحصائيات أو القوانين القائمة لهذا السلوك الإنحرافي... الخ، و لكن قلما نجد مواضيع تتحدث عن دور وسائل الإعلام وخصوصا الحملات التوعوية ذات المنفعة العامة في التوعية بمخاطر هذه الآفة، وتكون جزءا من سياسة الإقلاع عن هذا الهاجس. وعلى هذا الأساس اخترنا هذا الموضوع ليكون محل دراستنا.

إن الهدف من دراستنا لا يتوقف على تناول التحليل السيميولوجي للحملات لمجرد التحليل فقط، وإنما لها أهداف أخرى هي:

- محاولة الكشف عن الدور الحقيقي للصورة أي للحملات التوعوية في معالجة الأمراض الاجتماعية في الجزائر بصفة عامة، وظاهرة المخدرات بصفة خاصة.
- محاولة إبراز مدى التطابق بين المعاني والدلالات التي تحملها الحملات التوعوية مع واقع مخاطر المخدرات في المجتمع الجزائري.
- تشير أرقام ومعطيات حول واقع هذه الظاهرة في المجتمع الجزائري، لتبيان خطورة هذه الظاهرة في الجزائر.

الإشكالية والتساؤلات:

إن تعاطي المخدرات موضوع له جذور تاريخية تقود إلى فجر الحياة الاجتماعية، إذ وجدت لوحة سومرية يعود تاريخها إلى القرن الرابع قبل الميلاد، تدل على استعمال السومريين للأفيون، إذ كانوا يطلقون عليه " نبات السعادة "، ولقد عرف الهنود والصينيون " الحشيش " منذ القرن الثالث قبل الميلاد، كما عرف " الكوكايين " في أمريكا اللاتينية منذ 500 عام قبل الميلاد، حيث كان الهنود الحمر يمزجون أوراقه في طقوسهم الدينية، أما " القات " (هو أيضا نوع مخدر)، فقد عرفه الأحباش قديما، ونقلوه إلى اليمن عام 525 م.

كما عرف تعاطي المخدرات في الحضارة الهندية، وبالإضافة إلى بلاد فارس واليونان القديمة، وفي أوائل القرن التاسع عشر تمكن الألماني " سيد تروتر " من فصل مادة المورفين عن الأفيون، وأطلق عليها هذا الاسم نسبة إلى " مورفيوس "، إله الأحلام عند الإغريق، ومنذ منتصف الستينات برز هذا الموضوع كمشكلة عويصة تحتل مكانة بين المشكلات الاجتماعية والصحية، لكنها لم تشكل ظاهرة مرضية إلا بانتشارها في أوساط المجتمعات الذي لم تفلت منه أية دولة في العالم، بما فيها الجزائر، إذ تعتبر من الدول التي صار يقرع فيها ناقوس خطر انتشار المخدرات، حيث استطاعت أن تطالها يد مروجي هذه السموم خصوصا طيلة سنوات أزمة العنف، إذ أنها شهدت في السنوات الأخيرة زيادة في كميات المواد المضبوطة من جهة، وزيادة في عدد المدمنين من جهة ثانية، أما معدلات الجريمة التي تزداد يوما بعد يوم، فهي لا تخرج عن كونها نتائج حتمية لآفة المخدرات وانتشار الإدمان، إذ حذر المختصون في مكافحة المخدرات وترويجها في هذا الإطار مغبة انتشارها أوساط الشباب الذين يشكلون 80% من الجزائريين¹ وهو الأمر الذي إذا حصل سيدخل الجزائر في أزمة اجتماعية عنيفة يصعب القضاء عليها أو حتى مواجهتها ذلك أن لها آثارها السلبية على المجتمع تتعدى

¹ Abidat Abdelkrim: Drogue, la bête qui menace le monde, Edition Ged- com, alger, 2007, p09.

حدود الشق الاجتماعي إلى آثار سياسية، اقتصادية وأخلاقية تهدد مستقبل البلاد بصفة عامة، والفرد المدمن على المخدرات بصفة خاصة.

وخوفا من آثار ومخاطر لا يحمد عقباه، سطرت الجزائر مخططا لمواجهة الظاهرة بتنظيم اجتماعات، ندوات ودراسات، وبرامج تليفزيونية توعوية، بالإضافة إلى ملصقات إعلامية، وحملات توعوية ذات منفعة عامة، تم بثها مؤخرا على شاشة التلفزيون الجزائري بهدف التقليل من مخاطر المخدرات والقضاء عليها.

لهذا الغرض أردنا الخوض في هذا الموضوع، بالتركيز على دراسة مكافحة المخدرات من خلال الحملات التوعوية التلفزيونية ذات المنفعة العامة، باعتبار أنه من خلال الرسائل الإعلامية يمكن تحقيق التعديل للسلوكيات والإقناع وليس من خلال الأخبار التي تبثها وسائل الإعلام، وهذا كله من أجل دراسة دلالة لقطات الحملات التوعوية ذات المنفعة العامة على مخاطر المخدرات، هذه اللقطات التي تعتبر الصورة المتحركة فيها العنصر الأساسي الذي يميزها عن غيرها من أشكال الرسائل الإعلامية الأخرى، وهي التي تلعب دورا أساسيا في تشكيل وعي الإنسان من خلال إكسابه لكم هائل من المعلومات تقذف بها في ذهنه، فيختزنها إما بطريقة إرادية أو بصفة لا شعورية، فنتشكل لديه بالتالي صور عن الموضوع الذي تعالجه الرسائل الإعلامية.

ولذلك سوف نحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية:

"إلى أي مدى تعكس الحملات التوعوية التلفزيونية مكافحة المخدرات في لقطاتها" ؟

و للإجابة على هذه الإشكالية فككناها إلى تساؤلات جزئية جاءت كالتالي:

1/ ما هي الدلالات التي تحملها الحملات التوعوية التلفزيونية ؟

2/ ما مدى تناسب الصور المعروضة في لقطات الحملات التوعوية المستهدفة بالدراسة مع موضوع كل حملة ؟

3/ ما هو الأسلوب المعتمد في التعبير عن مكافحة المخدرات ؟

4/ ما نوعية الحجج المستعملة للتعبير عن مكافحة المخدرات في الحملات المستهدفة بالدراسة؟

5/ هل استطاعت الرسالة الإعلامية ذات المنفعة العامة توظيف الإقناع في لقطاتها؟

المنهج و أدواته:

أ- المنهج المعتمد:

يعتبر المنهج خطوة رئيسية يستعملها الباحث لتنظيم و ترتيب أفكاره و معلوماته بغية الوصول إلى نتائج منطقية.

ويعرفه " عبد الرحمان بدوي " بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد الهامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.

وبما أن السياق العام لدراستنا هو الحصول على المعلومات ووضعها في إطارها المعرفي وهدفها هو الوقوف على الدلالات الخفية والمعنى الباطني للرسالة الإعلامية، فإن دراستنا تدرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية السيميولوجية.

ولقد ظهرت المقاربة السيميولوجية في بداية سنوات السبعينات في عالم الإشهار الفرنسي، مما أدى إلى ظهور مدرسة تفكير كانت محل اهتمام الجامعيين، وهي مصطلح يرتبط بتراث العالم اللساني السويسري " فيردناند دي سوسير " (1813-1875) الذي حدد مجاله في مصطلح القرن في كتابه " محاضرات في اللسانيات العامة " وعرفه بأنه العلم الذي يدرس حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية.¹

ولقد كان " فيردناند دي سوسير " يحلم بعلم عام لكل اللغات المملوطة أو غير المملوطة (parlé ou non parlé لكل الدلائل sings)، وجاء بعده " رولان بارث " للكشف

¹ بن مرسللي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص: 283.

عن هذا الهدف في مقاله " عناصر السيميولوجيا " حيث قال موضوع السيميولوجيا هو كل الأنظمة systèmes مهما كانت مادته وحدوده: الصور، الإيماءات، الأصوات والألحان الأشياء ومركبات هذه المواد التي نجدها في الشعائر، البروتوكولات والعروض...الخ.

و هكذا عرف البحث في ميدان السيميولوجيا في فرنسا وبتأثير من رولان بارث (1915-1980) تطورا هاما ابتداء من سنوات الستينات في مجال الآداب، إذ فتح " رولان بارث " الباب للسيميولوجيا للدخول إلى الإشهار بقيامه بتحليل الصورة، وقد عرفت البحوث السيميولوجية المتعلقة بالسينما بصورة خاصة وقفزة مهمة مع أعمال " كريستيان ماتز " ¹.

وتجزئ السيميولوجيا الدليل إلى دال ومدلول المرتبطين بعلاقة mode de signification ويهدف علم السيميولوجيا إلى دراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي فهو يدرس لغة الإنسان والحيوان، وغيرها من العلامات غير اللسانية باعتبارها نسقا من العلامات، كعلامات المرور، أساليب العرض، الخرائط، الصور...الخ، والتحليل السيميولوجي عند " رولان بارث " شكل من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الأيقونية والألسنة على حد سواء، يلتزم فيها الباحث الحياد اتجاه الرسالة، ويسعى إلى تحقيق التكامل من خلال الوقوف على الجوانب السيكولوجية والاجتماعية وكذا الثقافية التي من شأنها أن تدعم التحليل.

فمن خلال دراستنا سنحاول تحليل الحملة باعتبار أن الصورة المتحركة هي أحد عناصرها الأساسية- سيميولوجيا على ثلاث مراحل:

* التقطيع الفني لكل حملة: وهنا سنقوم بعملية التحليل الشكلي للحملة مع الوصف الدقيق لكل حملة، وهذا من خلال التحليل الواصف لتصميم الحملة وصياغتها على القالب

¹ Camdin Jean- marc de: la communication marketing (concepts, techniques, stratégies) economica, pomis, 1995, p19.

التي هي عليه، وتحديد مضمون لكل لقطة، وكيفية التقاطها بالتطرق لنوع اللقطة والزاوية المستعملة لالتقاط الصورة، وكذا حركة الكاميرا التي ساهمت في إنتاج اللقطة، كما سنقوم بتحليل كل ما تضمنته لقطات الحملات سواء فيما يتعلق بالرسالة اللسانية اللفظية أو المكتوبة وكذا كل أنواع الأصوات والموسيقى التي ساهمت في إنتاج الحملة.

* تحليل الحملات وفق منهجية رولان بارث: وهنا سنحاول أخذ كل حملة على حدة، لنقوم بتحليلها من الناحيتين التعيينية والتضمنية، أي تحليل المدونة البصرية، وفي هذا الجزء من التحليل فقط، ننطلق في الغوص في منهج التحليل السيميولوجي محاولين كشف خفايا كل حملة بالتطرق إلى دلالات كل عنصر من العناصر الداخلة في تكوين الحملة من خلال تحليل الألوان المستعملة ومعانيها، تحليل المكان والزمان الذي صورت فيه الحملة مع تحديد أبعادها ودلالاتها، بالإضافة إلى تحديد أبعاد الرسالة اللسانية ومعانيها الخفية.¹

ب- أدوات الدراسة:

من أجل إثراء دراستنا اعتمادنا على الأدوات التالية:

المقابلة: هي أداة من أدوات جمع المعلومات في البحث العلمي وهي تعني المواجهة أو المعاينة أو الاستجواب وهي تقوم على الاتصال الشخصي والاجتماع وجها لوجه بين الباحث أو معاونيه المتمرنين أو المبحوثين كل على حدة وتحدث مناقشة أو مواجهة من أجل جمع البيانات التي يريد الباحث الحصول عليها و ذلك لغرض محدد، و تصنف المقابلة إلى تصنيفات عديدة فهي إما أن تكون مقننة حيث يتم تحديد الأسئلة مسبقا وتوجه فيما بعد للمبحوث بنفس الصياغة ونفس الترتيب، فلا يكون للشخص الذي يقوم بالمقابلة حرية صياغة الأسئلة أو إعادة صياغتها أو إضافة أسئلة تبدو في رأيه منطقية على الحالة الفردية، أما المقابلة المفتوحة فلا يأخذ الباحث في اعتباره الصورة اللفظية لمختلف الإجابات وإنما بمعناها ومغزاها ولذلك تتم المقابلة بالمرونة التامة وفقا لموقف المقابلة وهي تشجع المبحوث على الصدق في إجاباته وعلى التلقائية.

¹ رشوان حسين عبد الحميد: أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص ص: 157-161.

حاولنا من خلال هذه الأداة جمع المعلومات التي رأيناها ضرورية لدراستنا والتي لم نتمكن من إيجادها في المراجع البحثية، وفي سبيل تحقيق ذلك، قمنا بإجراء مقابلة مع السيدة " نزار هجيرة "، مديرة فرعية للوقاية بالديوان الوطني لمكافحة المخدرات وإدمانها، وذلك يوم 2012-03-18 مقر ذات الديوان الواقع بقصر مصطفى باشا، شارع الاستقلال، بالجزائر العاصمة.

المحاضرات: إذ بهدف التعمق أكثر في واقع الظاهرة " المخدرات في الجزائر " لجأنا إلى الاعتماد على المحاضرات التي نظمها الديوان الوطني لمكافحة المخدرات وإدمانها، والتي لم نستطع حضورها لأمر إدارية خاصة بالديوان، لكن تحصلنا عليها في شكل مجلات ووثائق إلكترونية PDF، والتي انتقينا منها ما يتناسب ومجال دراستنا.¹

الوثائق والدراسات: ونقصد بها في دراستنا تلك الإحصائيات والوثائق التي أعدها الديوان الوطني لمكافحة المخدرات وإدمانها، لترجمة حدة المشكلة في الجزائر، والتي قمنا باستخدامها بما يتناسب مع ما نبحت عنه للكشف عن مخاطر المخدرات.

عينة الدراسة:

يصعب على الباحث الاتصال بكل مجتمع للبحث، وبالتالي عليه اللجوء إلى أسلوب المعاينة، هذه العينات المأخوذة تمثل المجتمع الأصلي، حتى نستطيع الحصول على المعلومات التي تجيب عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

والعينة هي التي تمثل جزءا من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص والصفات ولذا فبدل أن يلجأ الباحث إلى دراسة كل وحدات المجتمع، التي قد تكون كبيرة جدا مما

¹ رشوان حسين عبد الحميد: أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص ص:157-161.

يصعب دراستها، فإنه يلجأ إلى دراسة عينة مصغرة للمجتمع تغنيه عن دراسة كافة وحدات المجتمع.¹

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه " العينة القصدية " لتناسبها وهدف دراستنا، وهي العينة التي يعتمد الباحث أن تتكون من حالات معينة، لأنه يرى أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صادقا وتحقق له الغرض من دراسته ومعالجة موضوع المخدرات إعلاميا له جذوره التاريخية في الجزائر، إذ سعت السلطات المعنية منذ أن تُلقت أول تنبيه بدخول هذه الآفة إلى الجزائر سنة 1975، إلى وضع إستراتيجية لمكافحة هذه الظاهرة والحد من انتشارها وهي الإستراتيجية التي تترجمت إعلاميا بوضع العديد من الملصقات الإعلامية والمطويات، بالإضافة إلى عقد الندوات والمحاضرات العامة والتكوينية قصد محاربة هذا الوباء، ناهيك عن تصميم العديد من الحملات التوعوية مؤخرا للتعبير بواقعية أكثر عن المخدرات ومخاطرها، وهذا لوضع الشباب الجزائري على الخصوص، أمام حقيقة واقع مخاطر تعاطي المخدرات والإدمان عليها.²

ولكن سرعة انتشار هذه الظاهرة في المجتمع الجزائري، خصوصا منذ التسعينات لظروف سياسية، اقتصادية وحتى اجتماعية وجغرافية، دفعت بالسلطات إلى الأخذ على محمل من الجد وبأكثر صرامة، التطبيق الدقيق لإستراتيجية مكافحة المخدرات والعلاج منها، وهو ما دفعها سنة 2002 إلى تأسيس " الديوان الوطني لمكافحة المخدرات و إدمانها " حتى يأخذ على عاتقه وضع سياسة مكافحة فعالة، وهذا بالتعاون مع الدول الأوروبية والغربية التي لها تجربة وخبرة في وضع هذه السياسات، وعلى أساس ذلك تم تنظيم العديد من المنتقيات في الجزائر وخارجها، لشرح واقع مخاطر هذا الداء وكيفية العلاج منه، وبهدف تحقيق نتائج أكثر فعالية وضع " الديوان الوطني لمكافحة المخدرات و إدمانها " إستراتيجية للمكافحة في شكل "مخطط وطني للمكافحة" امتد

¹ أبو نصار محمد: منهجية البحث العلمي (القواعد و المراحل و التطبيقات ت)، دار عمان للنشر، عمان، ط1، 1998، ص:146.
² عريفج ساسي و مصلح خالد حسين و جواشين مفيد نجيب: مناهج البحث العلمي و أساليبه، مجدلاوي، الاردن، ط2، 1999، ص: 62.

على أربع سنوات، من 2004 إلى غاية 2008، ثم من خلاله سطر عدة أهداف، وتم العمل على تحقيقها للوصول إلى نتائج فعالة.¹

ومن خلال فترة هذا المخطط، تم تركيز جهود المكافحة والعلاج، وهذا من كل النواحي، وهو ما أدى إلى ارتفاع نسبة حجز المواد المخدرة من طرف مصالح شرطة الحدود والأمن، كما تم تصميم العديد من الحملات والمطويات لتدعيم هذه الإستراتيجية إعلاميا، كمحاولة لوقاية الشباب من الوقوع ضحيتها بتبيان مخاطرها.²

هذه الفترة من 2004-2008 هي المجال الزمني لعينتنا، إذ تم تصميم خلال هذه الفترة تسعة رسائل تليفزيونية، قمنا باستهداف من بينها بطريقة قصدية، ثلاث حملات والتي رأينا أنها تتناسب وموضوع دراستنا، وهو " **مكافحة مخاطر تعاطي المخدرات** " والتي سنوضح خصائصها من خلال الجدول التالي:

رقم الحملة	عنوانها	موضوعها	مدتها	عدد لقطاتها	تاريخ تصميمها	فترة عرضها
01	المخدرات أفة اجتماعية	تهدف إلى تبيان التدمير الاجتماعي	04.18 د	19	2005	منذ 2005 إلى يومنا هذا

¹ عريفج ساسي ومصالح خالد حسين وجواشين مفيد نجيب ، مرجع سبق ذكره ص 65.
² الديوان الوطني لمكافحة المخدرات و إدمانها: المجتمع الدولي و مكافحة المخدرات، الجزائر، 2007.

				الذي تلقه بمتعاطيها		
/	/	38	05.26 د	تهدف إلى التوعية من أجل حياة أفضل	لا للمخدرات	02
/	/	16	03.10 د	تهدف إلى تبيان الضرر الذي تلقه المخدرات بأفراد الأسرة	المخدرات طريق لضياع حياتك و مستقبل أبنائك	03

الجدول رقم (01): خصائص العينة المختارة:

حول هذه الحملات، ارتكزت دراستنا السيميولوجية، هذا كله بهدف قراءة مضمون هذه الرسائل، ومحاولة استخراج دلالاتها على مخاطر ومكافحة المخدرات.¹

تحديد المصطلحات:

مفهوم الإعلان: تعددت مفاهيم الإعلان بتعدد العلوم الذي تتناوله وهنا سنتعرض لجملة من التعاريف والتي تزودنا بالتصور العام لماهية الإعلان بحيث قال العلامة " الراغب الأصفهاني ": >> العلانية من السر وأكثر ما يقال ذلك في المعاني دون الأعيان، يقال << علن كذا أو أعلنته فعلم <<

¹ لآزار هجيرة، مديرة، مديرية فرعية للوقاية بالديوان الوطني لمكافحة المخدرات و إدمانها، مقابلة أجراها الباحث بمقر ذات الديوان، يوم 2009/11/25، الجزائر العاصمة.

قال تعالى: << أعلنت لهم وأسررت لهم أسرار >> [نوح 92] أي سرا وعلانية وفي تعريف للدكتور علي السلمي: " يقول بأنه عملية اتصال تهدف إلى التأثير من بائع إلى مشتري على أساس غير شخصي، حيث يفصح المعلن عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال الوسائل العامة.¹

ورغم تعدد التعاريف فإن الإعلان يتميز بخصائص لا تخرج عن نطاق الأمور التالية بحيث:

- إن الإعلان هو رسالة اتصالية غير مباشرة أي تتم من خلالها وسيلة.

مفهوم التوعية: إيجاد الوعي و إكسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الإقناع بفكرة معينة أو رأي معين واتخاذ منهج سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج يهدف إليها القائم بالتوعية.

مفهوم الإعلان التوعوي: هو عملية إرشاد وما تقوم به هيئات مختلفة تبذل جهود إرشادية سواء كانت هذه الجهود دورية تأخذ صفة الانتظام أو بجهود الدورية الإرشادية قيام هيئة بإصدار وتوزيع نشرات أو مجلات أو كتيبات، وكذلك القيام بحملات ونشر ملصقات والقيام بالإعلانات.²

مفهوم الحملة الإعلانية: هي سلسلة من الإعلانات وعدد من الجهود الإعلانية، التي تبذل لإنتاج تلك الإعلانات وذلك لتحقيق أهداف محددة.

هي عدد من الإعلانات وفقا لجدول زمني محدد لإرضاء احتياجات الجمهور.³

مفهوم المخدرات: لقد عرفه الدكتور " بيير لوليسيني " بأنه كل مادة منشطة ومعرضة للاستهلاك المفرط، ويمكن أن تؤدي إلى حالات تبعية ويقصد بها المواد المنشطة، تلك المواد التي تؤثر على المجتمع وتغير التفكير، المزاج والسلوك.¹

¹ عطية عبد الحميد ، الاتصال الاجتماعي و ممارسة الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2004، ص ص: 167، 168.

² نقلا عن: الحاجي محمد عمر ، حقيقة الإعلان ، دار المكتبي، ط1، 2002، ص: 13.

³ حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي، دار الفجر و الكتابة و التوزيع، ط1، 2004، ص ص: 21-22.

مفهوم التلفزيون: هو وسيلة من وسائل الإعلام السمعية البصرية تبث عبر برامج متعددة ومتنوعة وتتميز بالتغطية الواسعة من خلاله نتطلع على أخبار العالم.²

الدراسات السابقة :

صور حول مخاطر المخدرات في التلفزيون الجزائري

تحليل سيميولوجي للومضات الإعلامية التلفزيونية.

وكانت إشكالية الدراسة كما يلي :

ما هي الانعكاسات التي تبرزها الومضات الإعلامية التلفزيونية في لقطاتها لمخاطر المخدرات؟

الدراسات المرتبطة :

1. بعنوان خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الانفتاح الاقتصادي

دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الاشهارية.³

وكانت إشكالية الدراسة كالتالي :

ما هو دور الإشهار التلفزيوني في ظل الانفتاح الاقتصادي؟.

2. بعنوان العناصر السردية في الإشهار التلفزيوني

دراسة تحليلية سيميولوجية لومضات نجمة للهاتف النقال¹

¹ العاقل سهام ، دراسة حول فعالية الإعلام في وقاية الشباب من المخدرات، مذكرة نيل شهادة الماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 1998.

² غزال إلياس محمد ، الإعلانات التلفزيونية و ثقافة الطفل، دراسات سوسيولوجية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2001، ص: 131.

³ يخلف فايزة : خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الانفتاح الاقتصادي،دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الاشهارية، رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة (غير منشورة) , قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 2004.-2005..

وكانت إشكالية الدراسة كالتالي :

ما هي دلالة العناصر السردية في الومضات الاشهارية للمتعامل نجمة للهاتف النقال؟.

3. الإعلان التوعوي وتأثيره على الجمهور

دراسة سيميولوجية على مستوى الصورة و اللغة

وكانت اشكالية الدراسة كالتالي :

هل يساهم الإعلان التوعوي في التأثير على الفرد والتغيير من سلوكاته؟

¹ هادف ليندة خديجة: العناصر السردية في الإشهار التلفزيوني، دراسة تحليلية سيبيولوجية لومضات نجمة للهاتف النقال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 2005.
بن حمو عبد الله: الإعلان التوعوي و تأثيره على الجمهور، دراسة سينمائية على مستوى الصورة و اللغة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال: جامعة الجزائر 2006.

تمهيد:

لقد أصبح الإعلان جزءا من حياتنا اليومية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، كما أنه ضرورة ملحة لتحقيق غاياتنا كونه يزودنا بالمعلومات ويحيطنا إحاطة كاملة بأفضل الخدمات المعروضة والمواصفات وأماكن تواجدها.

كما أن هناك أمورا كثيرة جعلت للإعلان أهمية خاصة بحيث لم يعد هذا الأخير مجرد إخراج وإبداع فني في الوكالة الإعلانية باستخدام بعض المؤثرات الصوتية والمرئية وإنما أصبح وسيلة اتصال فعالة بين المعلنين والجمهور فموضوع بحثنا يعتبر محاولة دراسة الإعلان وتأثيره على الجمهور وقد أخذنا الإعلان التوعوي نموذجا.

المبحث الأول: الإعلان

1/ مفهوم الإعلان:

عبارة عن نص قصير مقروء في التلفزة غير مرفق بروبورتاج مصور، اتصال فردي (شخصي) لمعلومة موجهة إلى المشاهد (المستقبل) دون أي دور فعال ما عدا تخزين الرسالة المرسله والتأثير بوظيفة المحتوى.

رسالة اتصالية غير مباشرة أي يتم من خلال وسيلة.
عرفه " سون " ورفيقه " ديناتال " بأنه اتصال غير شخصي مدفوع ثمنه عبر الوسائل الإعلامية المختلفة.¹

2/ خصائص الإعلان:

سهولة بث الإعلان ونشره على نطاق واسع.
إمكانية التأثير الدوري على المشاهدين.
إمكانية الاستفادة من استخدام الصوت والصورة والحركة سواء في الإعلان أو في الرسائل الاتصالية الأخرى.

3/ أنواع و وظائف الإعلان:

الأنواع:

الإعلان حسب الهدف: يهدف إلى ترويج مفهوم سلعي معين بغض النظر عن الماركات المختلفة، فمثلا حملة تقوم فيها بلد من أجل ترغيب المواطنين على التأمين على الحياة، فالمسألة هنا تتركز حول تحقيق قبول عام لفكرة استخدام نوع معين من السلع دون تفضيل اسم تجاري معين عن آخر.²

¹ عطية عبد الحميد ، مهدي محمد محمود ، الاتصال الاجتماعي و ممارسة الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2004، ص: 167-168.

² نقلا عن: الحاجي محمد عمر ، حقيقة الإعلان، دار المكتبي، ط1، 2002، ص: 13.

الإعلان حسب الجمهور المستهدف: وهي كالتالي:

الإعلان الأهلي أو العام: وهو الذي يشمل جمهوره معظم أفراد المجتمع وينشر مستهلكو سلعة في كافة أنحاء البلاد.¹

الإعلان المحلي: هو الذي يقتصر جمهوره على سكان منطقة محددة يهتم وجودهم مثل هذه السلع، لذلك يتم الإعلان إليهم كجمهور مستهدف.

الإعلان الفني أو الصناعي: هو الإعلان الذي يخص فئات المنتجين الآخرين الذين يقومون بشراء مثل هذه السلع، لاستخدامها في أغراضهم الإنتاجية.

الإعلان حسب النطاق الجغرافي: يغطي أكثر من دولة واحدة مثال ذلك الإعلانات عن السيارات والأجهزة الكهربائية، يهدف إلى الانتشار في حدود الدولة ومحاولة التأثير على كافة المستهلكين.²

الإعلان حسب الوسيلة الإعلانية المستخدمة: يمكن تقسيمه إلى الأنواع التالية: الإعلان في الصحف والمجلات، الإعلان في الراديو.

الوظائف: يمكن اختصارها في وظيفتين رئيسيتين:

حث المستهلكين المرتقبين على اقتناء السلع وشراء الخدمات.

تهيئة هؤلاء المستهلكين إلى تقبل السلع والخدمات والأفكار.

أما من وجهة نظر الوظائف التسويقية للإعلان فيمكن تقسيمها إلى خمسة أنواع وهي كالتالي:

الإعلان التعليمي: تسويق سلع لم يسبق لها وجود في السوق أو السلع التي ظهرت لها استعمالات جديدة لم تكن معروفة للمستهلكين.

الإعلان الإرشادي والإخباري: إخبار الجمهور بالمعلومات التي تسير له الحصول على الشيء.

الإعلان الإعلامي: هو تقوية نوع معين من السلع أو الخدمات أو إحدى المنظمات وذلك بتقديم بيانات للجمهور يؤدي نشرها إلى تقوية العلبة.

¹ حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي، دار الفجر و الكتابة و التوزيع، ط1، 2004، ص ص: 21-22.

² العلاق بشير عباس ، علي محمد السرباعة، الترويج و الإعلان، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 1998، ص ص: 312-313.

الإعلان التنافسي: يشترط في هذا الإعلان أن يكون عن سلع أو خدمات متنافسة بمعنى تكون متكافئة في النوع ومتساوية مع بعضها في الخصائص.¹

4/ أساليب الإعلان:

الرسائل المسموعة (الإذاعة): إن الإذاعة تدخل إلى جميع البيوت بدون استئذان سواء كانوا يرغبون فيها أو لا والإعلان الإذاعي يمكن أن يأخذ الأشكال التالية: الإعلان المقروء، الإعلان المرح... الخ.²

الإعلان المقروء: هو الذي يعطي فيه المذيع معلومات موجزة حول السلعة أو الخدمة المعلن عنها، ويقراً فيه النص الإعلاني من قبل شخص واحد فقط بدون موسيقى تصويرية.

الإعلان المرح: حيث يبتدئ الإعلان بنكتة ذكية أو أغنية مرحة ومن ثم ينتقل المذيع إلى التحدث عن السلعة بشكل شيق.

الإعلان عن طريق البرامج الإذاعية: ويكون الإعلان من خلال بعض البرامج بإعطاء معلومات ذات طابع يتعلق ببعض فقرات البرنامج.³

الإعلان بواسطة الحوار: و ذلك أن يقوم شخصان بحوار مركز حول السلعة أو الخدمة وترافقه أحيانا الموسيقى.

الإعلان بواسطة التمثيلية: حيث يقوم عدة أشخاص بتمثيلية قصيرة حول السلعة، وإعطاء معلومات عنها.

الإعلان من خلال أحاديث الخبراء: يقوم الخبراء أثناء بث البرامج المعقدة والصعبة والتي تستمر إلى 10 إلى 12 دقيقة، بث إعلان لكي لا يتسلل الملل إلى نفوس المستمعين.⁴

¹ عنتابي إحسان ، تقنيات الاتصال البصرية، لبنان، دار النهضة العربية، ط1981، ص: 208.

² غزال إيناس محمد ، الإعلانات التليفزيونية و ثقافة الطفل، دراسة سيميولوجية، دار الجامعة الجديدة للنشر ، 2001، ص: 131.

³ Bernard la mizet, Ahmed silem, dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information de la communication, patis, édition marketing, 1997, p31.

⁴ أبو أصعب صالح خليل الاتصال الجماهيري ، عمان ، الأردن ، دار الشروق ، 1999، ص: 266.

المبحث الثاني: الإعلان التوعوي.**1/ مفهوم التوعية وعوامل تشكيلها:**

التوعية: إيجاد الوعي و إكسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الاقتناع بفكرة معينة أو رأي معين، واتخاذ منهج سلوكي معين، يقصد تحقيق نتائج يهدف إليها القائم بالتوعية. الوعي: عبارة عن اتخاذ عقلي انعكاسي يمكن الفرد من إدراك ذاته وإدراك البيئة المحيطة به والجماعة التي ينتمي إليها كعضو، ويذهب " جورج ميد " إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى نفسه.¹

عوامل تشكيل الوعي: يتشكل الوعي عبر عامل وسائل الإعلام، يميل البعض إلى تقسيم وسائل الإعلام إلى قسمين أولهما وسائل الإعلام العامة وتشمل الصحافة والإذاعة، التلفزيون، السينما والإعلانات واللافئات والمهرجانات وغيرها مما تنتجها مؤسسات النشر العامة.²

2/ أهمية الاتصال الاجتماعي في تكريس التوعية:

إن أهمية الاتصال الاجتماعي في التكريس تتحدد وفقا لتعدد الحياة المعاصرة، ويعقد المشاكل الاجتماعية التي يفرزها التطور التقني، حيث تأخذ العملية الاتصالية مجالا حيويا وتمثل أهمية بالغة، وتحظى بالاهتمام المتزايد من قبل الحكومات والهيئات وهذا يعكس الوعي داخل المجتمع، فقد أصبح اليوم يستعمل كوسيلة لتحقيق أهداف وغايات معينة عبر التأثير في سلوك الفرد وتغييره بما يتوافق مع هذه الأهداف، كما أن التخطيط للسياسات الاتصالية والقيام بالحملات الإعلامية لمعالجة بعض المشاكل التي يمكن أن يكون الاتصال الاجتماعي وسيلة نافعة في نشر التوعية بين الأفراد التي تؤدي بهم إلى التفكير في الحلول الملائمة لهذه المشاكل والتخلي عن أسباب نشوءها.³

3/ وظائف الإعلان التوعوي:

¹ جودت ناصر محمد ، الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة، عمان، ط1، 1997، ص: 102.

² الغانمي عبد الجبار منديل ، الإعلان بين النظرية و التطبيق، (مرجع سبق ذكره) ، ص: 23.

³ أحداتن زهير ، مدخل العلوم و الإعلام و الاتصال، الجزائر بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية.

وظائف الاتصال الاجتماعي: نظرا لأن الإعلان شكل من أشكال الاتصال، حيث يمكن حصر وظائف الإعلان التوعوي في وظائف الاتصال الاجتماعي وهي كالتالي:

الإعلام والإخبار: وتتمثل في نقل المعلومات والأفكار إلى الأفراد المستقبليين وإعلامهم، كما يدور حولهم من أحداث وجمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والصور.¹

التنشئة الاجتماعية: هي توفير رصيد مشترك من المعرفة، يمكن الأفراد المبحوثين من أن يعلموا الأفراد ذوي فعالية في مجتمعهم الذي يعيشون فيه.

الحوار والنقاش: مساهمة الاتصال في توفير الحقائق لتسهيل الاتفاق وتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا والمشاكل الهامة.²

وظيفة الإرشاد: تساهم في تغيير سلوك الأفراد واتجاهاتهم ومفاهيمهم بحيث تتعرض المجتمعات لعمليات تغير مستمر، وتظهر حقائق جديدة وتختفي أفراد كانت قائمة، لذلك تبرز أهمية الإرشاد في نقل الحقائق الجديدة حتى يلاحظ الأفراد هذه التغيرات، كذلك يعتبر الإرشاد عملية مكملة لعملية التربية النظامية، إذ أن هناك نسبة كبيرة من سكان المجتمع لم تلتحق بالتربية النظامية والاستمرار فيها يجعل للإرشاد أهمية في نقل الثقافة على هذه الفئة.³

الوظيفة الاجتماعية: تقود التأثيرات الاجتماعية الإعلان إلى قدرته على المساعدة في تحسين ظروف الحياة، وذلك من خلال تقييم أنواع من السلع والخدمات الاجتماعية وأساليب الحياة المختلفة التي تعمل على تطوير أسلوب العيش، كما أن هناك إعلانات غير ربحية التي تقوم بها بعض المؤسسات ذات النفع العام في تحقيق خدمات للجماهير وحل بعض المشكلات، كما أن الإعلان التوعوي يهدف إلى الخدمة الاجتماعية التي تهدف بدورها إلى الرفاهية من أجل حياة إنسانية أفضل تتفق مع تطلعات الفرد ورغباته.⁴

4/ أهم إعلانات التوعية و الإرشاد:

¹ جمال أبو شنب محمد ، فوخة محمد أشرف، الدعاية و الإعلان مفاهيم نظرية التطبيقات، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص: 12.

² ناصر محمد جودت ، الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة، الأردن دار مجدلاوي، (مرجع سبق ذكره).

³ الحاجي محمد عمر ، حقيقة الإعلان، دار المكتب، ط1، 2002، ص: 19.

⁴ الحاجي محمد عمر، حقيقة الإعلان، المرجع نفسه. ص: 23.

إعلانات قطاع النقل: تركز التوعية على حوادث المرور، كمحاربة أخطار السرعة والطرق، تعليم الأطفال إشارة المرور، وتعتمد على ومضات تليفزيونية وإذاعية وملصقات حائطية والتي تهدف بالأساس إلى تغيير سلوك الأفراد، ونشر التوعية فيما بينهم.¹

إعلانات مرض الجفاف: تركز على ما يلي:

إعطاء الطفل السوائل بكميات كبيرة عند إصابته بإسهال.

توضيح أن الإسهال والنزلات المعوية يمكن أن تؤدي إلى الجفاف.

من أعراض الجفاف: الضعف والقي، فقدان الشهية.

إعلانات مكافحة التدخين: تعتبر الإعلانات التي تحث الجمهور على تجنب الشرب

والتدخين لكل من السجائر و الشيشة من أهم إعلانات التوعية والإرشاد من أجل صحة الفرد.²

إعلانات محو الأمية: هناك العديد من الإعلانات التي تحتوي هذا الخطر الداهم ونجدها من خلال:

التعريف بخطورة الأمية وآثارها الضارة على الفرد والمجتمع.

التركيز على محو الأمية لكل أفراد المجتمع بلا استثناء.

تعريف الجمهور المستهدف بإمكان فصول محو الأمية.³

خلاصة:

أصبح الإعلان قوة مؤثرة في تشكيل سلوكيات جديدة هذا نظرا للدور الفعال الذي يلعبه في حياتنا فهو يمدنا بمعلومات خدمتية وتجارية وتوعوية، هذه الأخيرة التي تعتبر عملية موجهة لجميع فئات المجتمع سواء في المدرسة، الجامعة، الأسرة وغيرها من الأماكن، بحيث تعمل وسائل الإعلام لتجسيد هذه الأخيرة من خلال ما ثبتته من إعلانات تساهم في

¹ دويدار عبد الفتاح محمد ، سيكولوجية الاتصال و الإعلام، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص: 274.

² بوخنوفة عبد الوهاب ، الاتصال الاجتماعي في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، دار الحكمة، الجزائر، العدد 14، 1996، ص: 119-120..

³ ماكزايدي شون ، أصوات متعددة و عالم واحد، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، 1981، ص: 51-52.

عملية التنشئة الاجتماعية، حيث بواسطة الإعلان يمكن التأثير على الجماهير للإقلاع على عادات سيئة ورذيلة ولتغرس فيهم عادات حميدة تحفظ لهم ممتلكاتهم و حياتهم.

تمهيد:

الدراسة السيميولوجية مهمة كونها قادرة على كشف ما وراء الستار، وتبين المعاني الظاهرة وحتى الضمنية و كل صورة.

سنحاول فيما سيأتي إثبات ما ذكرناه في الإطار النظري من خلال تحليل حملات توعوية عبر خطوات تعتمد عليها هذه المقاربة.

1/ التقطيع الفني للحملة الأولى بعنوان: المخدرات آفة اجتماعية

رقم اللقطة	محتوى اللقطة	صورة اللقطة	مدة اللقطة	وصف اللقطة
01	تصاحب الصورة، صوت المنشد وكتابات "المخدرات آفة المجتمع"		9 ثا	يظهر طبيب في أعلى الصورة تقابله كتابات، وفي وسط الصورة مخ إنسان تلقحه حقنة وبأسفله حبوب
02	تصاحب الصورة صوت منشد كتابات "أنجوا بحياتك من الإدمان، حديث نبوي" كل مسكر حرام"		11 ثا	تظهر يد مكبلة بسلسلة وفي آخرها شعلة من النار، وهي تطلب النجدة من المخدرات
03	تصاحب الصورة صوت المنشد وكتابات "المخدرات طريق الدمار"		11 ثا	تظهر كتابات كبيرة في وسط الصورة وراءها خلفية سوداء
04	تصاحب الصورة صوت المنشد وكتابات متسلسلة هلاك... ضياع... فساد		10 ثا	يظهر في الصورة طفل يحمل عود كبريت يتصاعد منه دخان، تقابله كتابات

<p>تظهر كتابات في أعلى الصورة وفي أسفلها رجل وهو رافع يده إلى رأسه كأنه مهموم وتقابلته نبتة الأفيون</p>	<p>10 ثا</p>		<p>تصاحب الصورة صوت المنشد وكتابات "المخدرات مستقبل ضائع وحياة خاسرة وآخره في قهر الجحيم"</p>	<p>05</p>
<p>يظهر على مستوى الصورة ساعة وفي الجانب رجل وهو يحمل سجارة وأمامه أوراق نقدية وحبوب مخدرة وتقابلها كتابات</p>	<p>11 ثا</p>		<p>تصاحب الصورة صوت المنشد وكتابات "المخدرات إهدار لصحتك ومالك ووقتك"</p>	<p>06</p>

2/ التحليل السيميولوجي للحملة:

1-2/ التحليل السيميولوجي المستوى الوصفي: من خلال تتبع الحملة التوعوية

الخاصة بمكافحة المخدرات نجدها تتكون من:

- الحامل: يقصد به الوسيلة التي تم من خلالها التقاط الحملة من الموقع الإلكتروني للتلفزيون الجزائري، باعتبارها صورة متحركة متجسدة في الرسوم المتحركة.
- الإطار المادي: وهو ذلك الحيز المادي المكاني الذي اتخذته الحملة التوعوية لمكافحة المخدرات في الموقع الإلكتروني للتلفزيون الجزائري.
- الإطار المعنوي: أخذ الإطار عدة ألوان التي تحمل عدة دلالات، الأبيض والأسود.
- المؤثرات: هي مجموعة التقنيات أو الأدوات التي يتم توظيفها في الإعلان من أجل جلب انتباه المشاهد، و تمثلت المؤثرات المرئية في الكتابات و الصور بعدة ألوان و عدة أحجام التي جاءت في المشاهد السابقة والمذكورة 01-02-03... الخ، أما بالنسبة للمؤثرات الصوتية فتمثلت في الموسيقى والصوت التي صاحبت الإعلان أو الحملة.
- الموسيقى: يقصد بها النغمة التي تم استعمالها في الإعلان أو الحملة، وقد صاحب الحملة صوت منشد والمتمثلة في أغنية.
- الألوان: استعمل في الحملة الخاصة بمكافحة المخدرات، اللون الأبيض، الأسود، الأصفر، الأحمر، البرتقالي، الأزرق، الأخضر، الرمادي، البني.
- إشهار: يقصد به الحملة أو الكتابة التي تصاحب الحملة والكتابة التي رافقت الحملة كانت المخدرات آفة اجتماعية، انجوا بحياتك من الإدمان، كل مسكر حرام، المخدرات طريق الدمار، المخدرات هلاك، ضياع، فساد، المخدرات مستقبل ضائع و حياة خاسرة وافرة في قهر الجحيم، و المخدرات إهدار لصحتك ومالك ووقتك ولا للمخدرات.

2-2/ التحليل السيميولوجي على المستوى التعييني:

إن الحملة الخاصة بمكافحة المخدرات تشكل وحدة نسقية مترابطة تحمل دلالات ومعاني يتم توضيحها من خلال التحليل السيميولوجي لتبيين أهداف الحملة التوعوية وآليات الإقناع المستعملة فيها.

- الدال: هو الحملة التوعوية الخاصة بمكافحة المخدرات المتكونة من الصورة الحسية التي يتلقاها المشاهد لهذه الحملة عبر العقل، حيث تحمل كل لقطة أو مشهد من مشاهدنا دلالة معينة ترسخ في ذهنه وتدفعه إلى تغيير سلوكه وأخذ الحيطة والحذر، ويتضح هذا من خلال المؤثرات الصوتية والمرئية والحركة بالإضافة إلى الموسيقى وهذا لتكوين فكرة حول الخدمة التي تقدمها الحملات التوعوية للمواطنين.
 - المدلول: وهو لغة الحملة، أي المعاني التدريجية التي اتخذتها الحملة، فالعلاقة بين الدال والمدلول ينتج الدلالة، فلفظة حملة توعوية فهذا هو الدال أي الحامل المادي الصوتي، في حين أن هناك معاني أخرى وهي أنها تعمل على توعية المواطنين وجلبهم نحو الطريق و بالتالي الحملة تحمل عدة دلالات مبينة في مشاهد مختلفة.
 - الإطار المعنوي: اتخذ الإطار المعنوي للحملة الخاصة بمكافحة المخدرات اللون الأسود، الأبيض، البرتقالي وهي الألوان الغالبة في معظم المشاهد.
- ويرجع الهدف من وراء استعمال هذا هو توجيه عين المشاهد لأول وهلة إلى الخدمة التي تقدمها وفي هذه الحالة تحظى الخدمة باهتمام المشاهد وقد ظهرت هذه الألوان دلالة على الحملة وهذا كله لترسيخ اسم الحملة والخدمة التي تقدمها في ذهن المشاهد.
- المؤثرات: إن المؤثرات التي استعملت في الحملة كانت كثيرة، و تمثلت في المؤثرات المرئية التي تلعب دورا كبيرا في استمالة عين المشاهد، فاستعمال مخ الإنسان وفي وسطه حقنة دلالة على أن المخدرات تخرب عقل الإنسان، ويد ملفوفة عليها سلسلة وفي آخرها شعلة من النار دلالة على أن متعاطي المخدرات نهايته النار، كما نجد صورة رجل وهو يظهر كأنه مهموم وهذا يعني أن المخدرات تؤدي بمتعاطيها إلى الدمار والهلاك.
 - الموسيقى: كانت الحملة مرفوقة بموسيقى من البداية إلى النهاية وكانت عبارة عن أنشودة لصور متحركة، وقد تم اختيار الموسيقى تماشيا مع نوع الحملة المستخدمة التي تؤثر على المشاهد.

• الألوان: لها تأثيرات ودلالات رمزية وقد استعمل في الحملة الألوان التالية: البرتقالي، الأزرق، الأخضر، الأحمر، الأبيض وهم أكثر استعمالاً.

البرتقالي: نجده في شعلة النار وبعض الكتابات.

الأزرق: حبوب المخدرات جاءت باللون الأزرق والأخضر.

الرمادي: نجده في السلسلة الملفة على اليد.

الأحمر: نجده في حقنة وبعض الكتابات.

الأبيض: نجده في بعض الكتابات و في الحبوب المخدرة.

فلكل لون رمزية تلازمه في غالب الأحيان:

فالبرتقالي من الألوان الثنائية الحارة المتم للون الأزرق، فهو يرمز إلى التحذير وإلى الإعلانات بمعنى التحذير من المخدرات.

أما اللون الأزرق: فيعتبر من الألوان الباردة، فالأزرق القاتم يرمز إلى الخوف والكآبة والانقباض، كما يدل على الخمول والكسل.

الأخضر: يرمز إلى الدفاع و المحافظة على النفس، التجدد، النمو، الحياة والثقة وهذا ما تسعى إليه الحملة بمنح مشاهديها الثقة وكيفية المحافظة على النفس.

الأحمر: لون حار يرمز إلى النيران والحركة وكذا الخطر، فقد استعمل دلالة على أن المخدرات خطيرة وكذا سامة وقاتلة.

الأبيض: يرمز إلى الطهر والصفاء والاستقرار، وقد استعمل في توضيح اسم الحملة بشكل واضح ومستقر.

الشعار: لقد تضمنت الحملة عدة شعارات المتمثلة في: "المخدرات آفة المجتمع" المكتوب باللغة العربية كتبت المخدرات ببند عريض وآفة المجتمع ببند متوسط وفي الأسفل كتبت "تربية نت" وفي المشهد الثاني ظهرت في أعلاه أنجو بحياتك من الإدمان كتبت باللغة

العربية و بند كبير وفي أسفلها وباللغة العربية متوسط قال الرسول صلى الله عليه و سلم وفي أسفلها باللغة العربية بند كبير وفي أسفلها رواه مسلم وآخر المشهد الموقع الإلكتروني والمشهد الموالي المخدرات باللغة العربية وبند كبير وفي أسفلها طريق الدمار باللغة العربية و بند متوسط، ثم ظهرت المخدرات إهدار لصحتك ومالك ووقتك باللغة العربية و بند عريض وفي الأسفل كتب باللغة العربية وبيند متوسط مع تحيات اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات.

2-3/ التحليل السيميولوجي على المستوى التضميني:

3-1- الدلالات اللغوية المكتوبة:

الشعار: إن الشعارات المكتوبة في الحملة الخاصة بمكافحة المخدرات والتي ثم ذكرها في الأعلى، عملت على لفت انتباه المشاهد، والذي يراد من ورائه التركيز وبعث الاهتمام نحو الخدمة التي تقدمها الحملة التوعوية كون سلامة وراحة المشاهد أمر يعنيها. وأما فيما يخص الحديث الشريف جاء بهدف فهم المشاهد حكم المخدرات ومتعاطيها في الإسلام "كل مسكر حرام".

3-2- الدلالات اللغوية المنطوقة:

يمكن تقسيم مضمون الحملة الخاصة بمكافحة المخدرات والأخطار والأضرار التي يتعرض لها متعاطي المخدرات والمتمثلة في الأضرار الصحية، النفسية، الاقتصادية والاجتماعية.

3-3- الدلالات غير المنطوقة:

نلمسها في طفل يحمل كبريت ورجل آخر يحمل سجارة وهو يظهر وكأنه مهموم بمعنى آخر أن المخدرات خطر على الإنسان، وهذا من الأسباب التي تؤدي للهلاك، فعندما يكون هناك خطر حيث تمثل في الدمار، الهلاك، الفساد، تضييع الوقت، إهدار المال

رقم	محتوى اللقطة	صورة اللقطة	مدة	وصف اللقطة
-----	--------------	-------------	-----	------------

وهذا لا يستطيع المتعاطي الخروج إلى أي مكان فيصبح الوضع خطيرا.

كما تمثلت في يد وبجانبيها سلسلة من المخدرات كأنها تطلب النجدة للمساعدة من هذه الآفة.

التحليل السيميولوجي للحملة الثانية "المخدرات طريق لضياع حياتك و مستقبل
أبنائك":

1/ التقطيع الفني للحملة الثانية:

اللقطة		اللقطة	
01	تصاحب الصورة موسيقى صاخبة		4 ثا رجل داخل غرفة وهو يعانق ولداه
02	تصاحب الصورة موسيقى صاخبة		7 ثا رجل يضع المخدرات في يده ثم يضعها عند أنفه
03	تصاحب الصورة موسيقى صاخبة		12 ثا صورة لرجل وهو يغمى عليه بعد تعاطي المخدرات
04	تصاحب الصورة موسيقى صاخبة ومؤثرة		9 ثا صورة الرجل و هو مسعف إلى المستشفى ومعه ممرضين

<p>صورة الرجل وهو يحتضر وتأثر ولده بعد وفاة أبيه واضع رأسه على صدر أبيه</p>	<p>15 ثا</p>		<p>تصاحب الصورة موسيقى مؤثرة جدا</p>	<p>05</p>
---	--------------	---	--	-----------

2-1: التحليل السيميولوجي على المستوى الوصفي:

تندرج هذه الحملة ضمن مكافحة المخدرات لأنها توعي المشاهد أو المتعاطي وذلك يهدف للقضاء على هذه الآفة ألا وهي المخدرات.

لقد كانت وجهتها هذه إلى الشباب أو المتعاطين للمخدرات بمعنى كانت موجهة للآباء الذين يتعاطوها وهم بتلك الطريقة التي يعاملون بها أولادهم.

• عناصر العملية الاتصالية:

هي عناصر متكاملة الوظائف، بحيث لا يمكن الاستغناء عن أحدها، وإلا سيكون هناك خلل في العملية الاتصالية والإشهارية على حد سواء.

1- المرسل: أو المعلن و هو الديوان الوطني الذي قام بإعداد هذه الحملات، حيث اهتمت بمكافحة المخدرات.

2- الرسالة (ماذا؟): هي الحملة التوعوية الخاصة بمكافحة المخدرات.

3- الوسيلة (الحامل): هي الموقع الإلكتروني للتلفزيون الجزائري الذي بث عبره الحملات باستمرار.

4- المستقبل (لمن؟): الحملة موجهة إلى متعاطي المخدرات وخاصة الآباء داخل أسرهم.

5- الهدف: إن هدف الحملة هو توعية المتعاطي وخاصة الآباء وكيفية معاملتهم لأبنائهم وذلك من أجل حياة أفضل.

2-2: التحليل السيميولوجي للحملة على المستوى التعييني:

سنقوم بقراءة سطحية لما تحتويه الحملة الثانية، حيث أننا نستخرج المعنى الأول على النحو التالي:

1- الحامل: تبث هذه الحملة عبر وسيلة سمعية بصرية حديثة العهد ألا وهي الشبكة المعلوماتية على الموقع الإلكتروني للتلفزيون الجزائري.

- 2- الإطار: تشغل الحملة حيزا محددًا والمتمثل في إطار طوله 31سم وعرضه 8.5سم، أما إذا أمعنا النظر أكثر وجدنا أن اللون الأبيض، الأسود هما اللونين الأكثر استعمالًا في مشاهد الحملة، واللذان يحملان عدة دلالات سنتطرق إليها لاحقًا.
- 3- التأطير: احتوت الحملة الخاصة بمكافحة المخدرات على لقطات ومشاهد مقربة ركزت على الرجل وأولاده.
- 4- المؤثرات: امتزجت بين المؤثرات المرئية المتمثلة في ظهور الرجل وأولاده، بالإضافة إلى كثرة الألوان وطبيعة الحركة المستخدمة وبين المؤثرات الصوتية التي تمثلت في الموسيقى المصاحبة للحملة، وهي موسيقى حزنة ومؤثرة.
- 5- الموسيقى: استخدمت في هذه الحملة موسيقى حزنة ومؤثرة مناسبة لطبيعة الحملة المعروضة.
- 6- الرثم: إيقاع الحملة كان صاخبا بعيدا عن النغمات الهادئة.
- 7- الألوان: تميزت الومضة باستعمال مجموعة من الألوان وهي الأحمر، الأبيض، الأسود.
- 8- الإشهار: هو المخدرات طريق لضياع حياتك ومستقبل أبنائك مكتوبة باللغة العربية.
- 9- مستوى التقطيع: مدة الومضة: 03.10 د.
عدد اللقطات: 5 لقطات عامة.

2-3: التحليل السيميولوجي للحملة على المستوى التضميني:

سنحاول التعمق في المعاني الخفية التي تحملها الحملة، وذلك بالإجابة على السؤال لماذا؟

- 1- الإطار: كما سبق وأن ذكرنا اللون الذي ظهر بشكل كبير في جميع اللقطات وهو اللون الأبيض وهو يحمل عدة دلالات أهمها لفت الانتباه وهو من الخصائص التي تمتاز بها الحملة واللون الأسود هو اللون الذي يعبر عن الحزن الذي يعيش فيه متعاطي المخدرات.

2- التأطير: كما لاحظنا أن جل اللقطات التي احتوت عليها الحملة كانت مقربة جدا تصور وجه الرجل و أولاده و صورة المخدر.

3- المؤثرات:

المؤثرات المرئية: على رأسها توظيف الأب باعتباره الجمهور المستهدف للحملة و ظهور أولاده يثير انتباه المتلقين بالإضافة إلى الألوان المختلفة التي تساعد على لفت الانتباه والاهتمام.

المؤثرات الصوتية: تمثلت في الموسيقى المصاحبة لبث الحملة، حيث أنها خلقت تناغما وانسجاما بينها وبين الحركة التي تعم الحملة.

4- الموسيقى: استخدم مصمم الرسالة الإعلانية الخاصة بحملة مكافحة المخدرات موسيقى صاخبة ومؤثرة تتناسب وطبيعة الحملة.

5- الرثم: الإيقاع المستخدم في الحملة هو إيقاع صاخب ومؤثر، وهذا لتركيز ذهن المشاهد في الحملة دون أن تلهيه أمور أخرى خارج نطاقها.

6- الألوان:

الألوان لها دور كبير في التأثير على المتلقي، فهي تؤثر بالدرجة الأولى في نفسيته الخارجة عن نطاق إرادته، وكل لون من هذه الألوان المستخدمة له دلالة ورمز معين يرتبط بالموضوع، من قريب أو بعيد.

1- اللون الأبيض: وهو اللون الطاعي على الحملة حيث يوحي إلى جلب انتباه المتلقي أو المشاهد، كما أنه يولد الثقة بالنفس لمشاهدي هذه الحملة نظرا للنتائج الفعالة التي يحققها.

2- اللون الأسود: طغى على لون الغرفة واللباس الذي يرتديه الرجل الذي يتعاطى المخدرات وهذا للدلالة على أن المخدرات تؤدي بمتعاطيها إلى الدمار، الهلاك، الحزن في النهاية.

الدلالات اللغوية الصامتة:

هي تتعدى ما هو شفهي و لفظي، إلى ما هو إيمائي و صامت، ذو بلاغة قوية حيث استعملت في هذه الحملة بعض الأجسام والأشياء المادية والموحية والتي تحمل دلالات

رقم اللقطة	محتوى اللقطة	صورة اللقطة	مدة اللقطة	وصف اللقطة
------------	--------------	-------------	------------	------------

قوية من بينها نجد: ملامح الرجل عند تعاطيه للمخدرات، حيث اختلفت الانتماءات من لقطة إلى أخرى فمثلا نجد حركة وجهه في اللقطة الأولى قبل تعاطي المخدرات تختلف عن اللقطة الثانية بعد تعاطيه للمخدرات.

أما المشهد الموالي فحركة يده كانت موجهة نحو ولده عندما رمى عليه الكأس وقال له "ما بك يا ولد؟"

بالإضافة إلى آخر لقطة التي تبين تأثر الولد بعد رؤيته لأبيه وهو ميت في المستشفى.

3/ التحليل السيميولوجي للحملة الثالثة "لا للمخدرات":

1/ التقطيع الفني للحملة الثالثة:

<p>يظهر في أعلى الصورة كتابة، وتتوسط الصورة رمز الهيئة الصحية الإسلامية وفي أسفل الصورة كتابة والموقع الإلكتروني للهيئة</p>	<p>5 ثا</p>		<p>تصاحب الصورة موسيقى هادئة ومؤثرة ووجود كتابات الهيئة الصحية الإسلامية، حيث الرعاية لا حدود لها... حملة الوقاية من المخدرات www.hayaa.org</p>	<p>01</p>
<p>يوجد في أعلى الصورة كتابة وخلفها نبتة و في أسفل الصورة كتابة والموقع الإلكتروني</p>	<p>7 ثا</p>		<p>تصاحب الصورة موسيقى هادئة ووجود كتابات: الهيئة الصحية الإسلامية حيث الرعاية لا حدود لها...، من أجل الحياة، حملة الوقاية من المخدرات، www.hayaa.org</p>	<p>02</p>
<p>تظهر كتابات كبيرة في وسط الصورة وراء خلفية سوداء</p>	<p>8 ثا</p>		<p>تصاحب الصورة موسيقى مؤثرة ووجود كتابات</p>	<p>03</p>

<p>توجد في أعلى الصورة كتابة وتتوسط الصورة شعلة مشتعلة و أيادي متماسكة مع بعضها البعض وفي آخر وأسفل الصورة كتابة حملة الوقاية من المخدرات و الموقع الإلكتروني للهيئة www.hayaa.org</p>	<p>6 ث</p>		<p>04</p> <p>تصاحب الصورة موسيقى هادئة ومؤثرة ووجود كتابة الهيئة الصحية الإسلامية، حيث الرعاية لا حدود لها...</p>
---	------------	--	---

3-1/ التحليل السيميولوجي على المستوى الوصفي:

تتضمن هذه الحملة إرشادات و نصائح تخص الأشخاص الذين يتعاطون المخدرات وذلك بهدف تجنب هذه الآفة التي قد تؤدي إلى الضياع والهلاك والفساد.

عناصر العملية الاتصالية: وتتمثل فيما يلي:

- 1- المرسل: أو المعلن وهي الهيئة الصحية الإسلامية التي قامت بإعداد هذه الحملة التي اهتمت بمكافحة المخدرات.

- 2- الرسالة (ماذا؟): هي الحملة التوعوية الخاصة بمكافحة المخدرات.
- 3- الوسيلة (الحامل): هو الموقع الإلكتروني الذي يبث عبره الحملة.
- 4- المستقبل (لمن؟): الحملة موجهة للمتعاطين بصفة عامة سواء كانوا شباب، آباء، أطفال... الخ.
- 5- الهدف: إن هدف الحملة هو العمل على إخراج أو القضاء على هذه الآفة وبناء مجتمع متماسك.

3-2/ التحليل السيميولوجي على المستوى التعييني:

لقد بنيت هذه الحملة عبر الموقع الإلكتروني للتلفزيون الجزائري، حيث اشتملت عدة أشكال ولقطات، كما تضمنت عدة ألوان والتي لها عدة دلالات، حيث امتزجت بعدة مؤثرات مرئية متمثلة في ظهور رجل وهو ينادي لا للمخدرات، من أجل الحياة، أيدي متماسكة مع بعضها البعض، شمعة مشتعلة ومؤثرات صوتية التي تمثلت في الموسيقى المصاحبة للحملة، وهي موسيقى هادئة و مؤثرة، كما تميزت الحملة باستعمال مجموعة من الألوان، وهي الأبيض، الأسود، الأزرق، الأحمر، كما تضمنت عدة شعارات كتبت باللغة العربية وهي:

الهيئة الصحية الإسلامية، حيث الرعاية لا حدود لها...، حملة الوقاية من المخدرات وباللغة الفرنسية كتب الموقع الإلكتروني www.hayaa.org كما اتخذت عدة لقطات.

3-3/ التحليل السيميولوجي للحملة على المستوى التضميني:

تتضمن هذه الخطوة التعمق في هذه الدلالات التي تحملها الحملة فيما يخص الألوان فقد كانت هذه الألوان أكثر استعمالا الأبيض، الأحمر، الأزرق وكانت عدة دلالات فاللون الأبيض يهدف إلى السلام والتضامن، واللون الأزرق وكان يدل على رمز الهيئة الإسلامية الصحية، أما فيما يخص اللون الأحمر فيعبر أحيانا عن الإعلانات وجلب اهتمام المشاهد وهذا هو هدف الحملة، كما اتخذت عدة لقطات فقد كانت مقربة جدا، وبعضها كانت لقطات أمامية قريبة، أما بالنسبة للمؤثرات المرئية وعلى رأسها رجل

ينادي لا للمخدرات، من أجل الحياة و هذا يدل على أن هذه الآفة تؤدي إلى مستقبل ضائع وحياة تعيسة، وكذلك جاء في أحد المشاهد أيدي متماسكة مع بعضها البعض وبجانبه شمعة مشتعلة و هذا يدل على أن تضامن وتماسك الأشخاص يؤدي إلى مكافحة هذه الآفة وبالتالي إضاءة للمجتمع.

أما فيما يخص المؤثرات الصوتية تمثلت في الموسيقى الهادئة والمؤثرة التي تتناسب مع الحملة، فهناك دلالات لغوية صامتة لها بلاغة قوية حيث استعملت هذه الحملة عدة لقطات تحمل دلالات مختلفة فالرجل الذي يضع يديه على فمه وكأنه يطلب النجدة من المخدرات، وكذلك يدعو إلى تجنب المخدرات من أجل الحياة. فقد اختلفت اللقطات حسب اختلاف المعاني، ففي المشهد الأول اختلفت عن المشهد الثاني.

بالإضافة إلى آخر لقطة و التي تهدف إلى مكافحة هذه الآفة التي تدمر وتخرب المجتمع و الفرد.

تمهيد:

يضرِب استخدام المخدرات في أعماق التاريخ، ويعود إلى حوالي 5000 سنة، فمنذ العصور السحيقة قام أناس بزرع نباتات لأغراض ترفيهية أو طبية أو اجتماعية.

ولقد ورد في تراث الحضارات القديمة آثار كثيرة تدل على معرفة الإنسان للمواد المحدرة منذ تلك الأزمنة البعيدة، وقد وجدت تلك الآثار على شكل نقوش على جدران المعابد، أو كتابات على أوراق البريد المصرية القديمة.

تعود آثار استعمال المخدرات إلى حضارة مصر الفرعونية، أما أول الكتابات عن الآثار الإدمانية فهي تعود إلى الإمبراطور الصيني " شان نينج " سنة 2700 قبل الميلاد.

لقد كانت البدايات المعاصرة لاستخدام المخدرات، خاصة في الغرب لأهداف طبية، حيث كان الأطباء يصفون مركبات " الأفيون " كعلاج لبعض الأمراض والآلام.

1/ أنواع المخدرات:

المخدرات أنواع كثيرة، اختلف الباحثون في تصنيفها فبعضهم يصنفها إلى مخدرات خفيفة وأخرى قوية متخذاً من وجود التبعية من عدمها حداً فاصلاً بين النوعين.¹ وهناك من يصنفها حسب التأثير النفسي الطاغي على سلوك مستهلكها ونذكر منها ما يلي:

- **حشيش القنب L'herbe:** ولقد سماه الصينيون " واهب السعادة " أما الهندوس فأطلقوا عليه اسم " مخفف الأحران "، ويستخرج الحشيش من " شجرة القنب " بقطع الأجزاء المخدرة ليتم سحقها ثم تجفيفها، ويطلق على الحشيش أيضاً العشب، الكيف " Kif "، الماريجوانا " Marijuana "، الشيرة، البانجو، تكرر...الخ وهو يكون بلون بني فاتح، يتم تعاطيه عن طريق الأكل بواسطة المضغ.
- **راتنج القنب: Le résine** " يعرفه قاموس " لاروس " بأنه مادة لزجة يتم إنتاجها من خلال العديد من النباتات، ويتم استخلاصه من عصارة نبتة القنب ويتم استهلاكه عن طريق التدخين، ويمكن أن نجده أحياناً في منتوجات قابلة للبيع، وهو يكون في غالب الأحيان مركز بالمادة المخدرة " THC " أكثر من الحشيش.²
- **الكرك: Le crack** وهو من المشتقات الجديدة للكوكايين وهو اقل ثمناً وأكثر سهولة في الاستعمال، وقد سمي كذلك بسبب الصوت الذي يحدثه لما يسخن وسمي كذلك " روك " وهو عبارة عن بلورات كبيرة بنية، إنه عبارة عن الكوكايين في شكله الأساسي الحر بنسبة 70% وتبلغ قوته من 1.5 إلى 10 مرات قوة الكوكايين الكلاسيكية.
- **الأفيون:** يستخرج من شجرة خشخاش الأفيون، لها ورق لونه أخضر، كما يستخرج من الكبسولات عصير يتم تجفيفه فيصبح لونه أبيض، ويتم تعاطيه عن طريق الأكل، الشرب، وذلك بعد إذابته في الشاي أو القهوة، كما يتم تدخينه.

¹ حفيظ نصيرة: المكافحة و الوقاية من آثار المخدرات، المركز الثقافي الإسلامي بالتنسيق مع مسجد الأرقم، الجزائر، محاضرة يوم 2012/03/02 من 14-17 سا.

² رزق الله و آخرون: التقويم الأول للإدمان عند مرضى في حالة علاج، في فعاليات الملتقى الدولي حول دور البحث العلمي في إعداد السليبات الوطنية للوقاية من المخدرات، ديسمبر 2006، ص: 71.

- **الكوكايين و مشتقاته: La cocaine** يستخلص من أوراق شجرة الكوكا coca و لقد عرف هذا النبات في أمريكا الجنوبية منذ أكثر من ألفي سنة، و في حوالي 1860 تمكن أحد الباحثين من عزل العنصر الفعال في هذا النبات و أطلق عليه "كوكايين". الكوكايين عبارة عن مسحوق أبيض و يستعمل كمخدر موضعي، كما أدخل كمنشط في عدد من الأدوية و المشروبات الترويجية فهو يستهلك عن طريق الأنف " la prise nasale" عن طريق البلع السريع "par absorption" و عن طريق الحقن تحت الجلد، كما قد يتم تعاطيه بتدخين عجينة الكوك. و للكوكايين تأثيرات آنية (الإحساس بالنشوة، الشعور بالقوة و عدم الإحساس بالألم و التعب) و تأثيرات ثانوية فهي حالة من الكرب و القلق.
- **الهيروين: Héroïne** و يظهر في حالته الصافية تحت شكل مسحوق أبيض و يتم قطعه، لبياع في عدة أنواع أخرى من المساحيق البيضاء المنبهة: لاكتوز، أسبرين، و أحيانا في شكل طالك Talc، أو مسحوق غسيل. و يستخلص الهيروين من المورفين، و يتم تعاطيه عن طريق الشم "الاستنشاق" أو الحقن في الجسم، و هو يعد من أخطر أنواع المخدرات المسببة للإدمان، لأنه يحتوي على قوة تبلغ ضعفين إلى عشرة أضعاف من المورفين، و كان أول من أشار إلى الهيروين هو الدكتور "رايت Wright" الكيميائي بمستشفى "سانت ماري" بلندن عام 1874 و الذي تمكن من استخلاص مركبات المورفين الأستيلية و لم يحظ هذا الاكتشاف باهتمام كبير في الأوساط الطبية آنذاك، و في عام 1890 تمكن الألماني "دانك وارت" من أن يصل على الهيروين بعد تسخينه بالمورفين اللامائي على كمية من كلور الأستيل، و قد تزايد الإقبال عليه منتصف 1969، و قد نشر مكتب المخدرات في أمريكا أن نسب المدمنين على الهيروين بالقياس على المواد الأخرى يصل إلى 98%، كما أدى إلى وفاة 548 مراهق.

2/ مكافحة المخدرات:

لقد أثبتت التجارب العلمية أن المعالجة الأمنية (ضبط التهريب) وحدها لا تكف للقضاء على المخدرات ذلك أن تاريخ المخدرات يوضح أن تعاطيها هو تجربة بشرية قديمة، ويرتبط في كثير من الأحيان بثقافة الناس والمجتمعات والعادات والتقاليد، كما أن اتساعها وتعدد مستوياتها جعلت من مسألة مكافحتها أمر صعب نوعا ما، ويتطلب اعتماد أنشطة مكافحة على مستويات متعددة قانونية " دولية ومحلية " ونفسية-اجتماعية وإعلامية، ويعتمد على جهود المكافحة والوقاية هذه أن تكون متكاملة.¹

• المخدرات في الشريعة الإسلامية:

المخدرات هي من الأمور التي لم تعرف في عهد الرسول صلى الله عليه و سلم و عهد الصحابة الأولين، و لم يرد في النصوص القرآنية و الأحاديث النبوية، و لا في أقوال الصحابة أو الأئمة المتقدمين ما يحل أو يحرم المواد المخدرة، و مرجع هذا أنها لم تكن معروفة في زمانهم.²

ولقد أعلن العلماء المسلمين (الفقهاء) خطر المخدرات، وهذا بعد ما تأكدوا من أضرارها الوخيمة على صحة الإنسان وعلى نسله وبيئته، حيث اكتشفوا أن آثارها هي أشد من الخمر الذي هو ممنوع شرعا في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، وحتى في منطق الإنسان.

وهكذا بعدما اتضح للفقهاء المعاصرين أن أثرها يشبه أثر الخمر، اجتهدوا في تعريفها واستنباط الحكم الشرعي لها.

أول ما عرفت المخدرات في المجتمع الإسلامي كان تحت اسم "الحشيشة" حيث يقول "حاشية بن عابدين": "لم يتكلم فيها (الحشيشة) الأئمة الأربعة، لأنها لم تكن في زمانهم، إنما ظهرت في آخر المائة السادسة، وأول المائة السابعة، حيث ظهرت دولة التتار... الخ".

¹ صالح عبد النوري: السياسة الوطنية لمكافحة المخدرات في التكفل بالمدمنين، الجزائر، 2008، ص ص: 57-58.

² نفس المرجع ص: 69.

وقال "بن البيطار" في كتابه "الجامع لقوى الأدوية و الأغذية": "هناك نوع من الحشيشة لم أره غير في مصر، وهو يسكر جدا، إذا تناول منه الإنسان يسيرا قدر درهم أو درهمين أخرجه إلى حد الرعونة، واختلال العقل و أدى إلى الجنون و القتل".

وذكر "بن حجر الهيتمي" أن الحشيشة تضر بالرنة، وذكر آخرون أنها تصدع الرأس، وتظلم البصر، وتعقد البطن، وتجف المني.

ويحكى أن رجلا من العجم قدم إلى القاهرة، وطلب دليلا لتحريم الحشيش، فعقد لذلك مجلسا، حضره علماء ذلك العصر، فاستدل الحافظ "زين الدين العراقي" بحديث "أم سلمة" أن الرسول عليه الصلاة و السلام "نهى عن كل مسكر ومفتر".

ويعرف فقهاء الشريعة الإسلامية بين المسكرات، المفترات و المخدرات.

ويعرف المفتر لغة: الفتور هو ما يكون حرارة في الجسد وانكسارا في الأطراف مع الضعف والاسترخاء، والمفتر شرعا هو كل شراب يولد الفتور والخدر في الأطراف، وهو مقدمة السكر، ومن بين المفترات نجد: القات، جوزة الطيب، الزعفران، لاحتوائهم على عناصر مفترية.

ولقد جاء الخمر في "لسان العرب" على أنها سميت خمرا لأنها لا تستر العقل وتحجبه، أما شرعا فقد اتفق جميع الفقهاء على أن الخمر هو كل شراب خمر العقل فستره وغطى عليه، ويقول "فخر الدين الرازي": "سئل الشافعي عن الخمر فقال: كل شراب مسكر فهو خمر"، وقد أخذ برأي الشافعي معظم الفقهاء من المذاهب المختلفة.

• مكافحة المخدرات دوليا:

تعتبر مشكلة المخدرات مشكلة عالمية لذلك لا بد أن يتم التعاون الدولي لأجل منع إنتاجها وتهريبها واستهلاكها، لهذا الأمر أوجد المجتمع الدولي اتفاقيات و منظمات ونشاطات عالمية تعتنى بهذا الأمر سعيا لتوقيف إنتاج وتوزيع المخدرات.

- مؤتمر " فيينا " والاتفاقية التي تلتها وسميت باتفاقية مكافحة المخدرات انضمت إليها 144 دولة وتم توقيعها في 1988/12/20، انضمت إليها الجزائر وصادقت عليها للمشاركة في الجهود الدولي لمكافحة المخدرات.¹

3/ العلاج من المخدرات:

• **العلاج الطبي النفساني:** يكون عن طريق فرق من الممرضين، وطبيب يقوم باكتتاب الأدوية، ويتمثل هذا التكفل بفحص المريض واكتتاب العلاج في تشكيل أدوية وذلك في إطار عملية علاج وتكفل نفسي طبي.

• **التكفل النفساني:** ويتمثل في المساعدة النفسانية والنفسانية العلاجية الفردية والجماعية وكذا دعم المحيط والعلاج الأسري ويقوم بهذا التكفل مختصون في علم النفس العيادي، ويتم ضمن المقاربات المختلفة للحالة النفسية للمريض والتي تكون ميدان تدخل المختص في علم النفس العيادي والعلاج النفساني، وإذا أن هناك تياران سائدان تجري وفقهما المقاربات العلاجية المختلفة.

• **التكفل الاجتماعي التربوي:** يعتبر علماء الاجتماع المخدرات مشكلة اجتماعية وسلوكا انحرافيا من الفرد داخل مجتمعه يتم الابتعاد فيه عن معايير السائدة، ومن هذا المنطلق يحاولون إيجاد العلاج هذا المرض الاجتماعي بالتكفل بالفرد اجتماعيا تربويا.

ويعتمد التكفل الاجتماعي التربوي على الاستمتاع والدعم والتوجيه في مراكز العلاج، وفي هذا النوع من العلاج يتم الاقتراح على المرض القيام بالعديد من الأنشطة والعمليات الترفيهية: الرياضة، العلاج الأرغونومي(الاعتناء بالحديقة، الرسم...إلخ) وحصص القراءة...إلخ.

فمن خلال هذا النوع من التكفل يحاول المختصون في علم الاجتماع تتكفل بالمريض وإخراجه من سلبية و كسر انعزاله الذي فرضه عليه فضاء المخدرات وهو ما يسهل

¹ لعزيمي محمد: محاضرة حول المخدرات، خصائص القانون 18.د4 في: الملتقى الدولي حول تطبيق القانون 04/18 المتعلق بالوقاية من المخدرات و المؤثرات العقلية و قمع الاستعمال و الاتجار غير المشروعين بهما، النادي الوطني للجيش 21 و 22 فيفري 2011 وثيقة PDF، ص: 03.

عليه فيما بعد العودة إلى الاندماج في المجتمع الذي كان يعيش فيه قبل وقوعه في فخ المخدرات.¹

• المبحث الثاني: ظاهرة المخدرات في الجزائر.

1/ واقع المخدرات في الجزائر:

يدخل نشر المخدرات بمختلف أنواعها في الجزائر بصفة خاصة والدول العربية بصفة عامة في إطار أجندة منظمة لأجل إضعاف قدرات الشعوب العربية، وبهدف التخريب المعنوي والإنشائي لها وهو الأمر الذي أدى إلى ظهور عوامل أخرى. تعتبر المخدرات أحد المعوقات الرئيسية لأي مجتمع إنساني، فهي تحطم الفرد وتشدّد الخلايا الأسرية وتؤدي إلى عدم استقرار المجتمع، وتبقى دائما إلى استهداف عصب المجتمع ضاربا عرض الحائط ما قد ينجر من مخاطر على الفرد المتعاطي لها وعلى مجتمعه.

¹ صالح عبد النوري: السياسة الوطنية لمكافحة المخدرات في التكفل بالمدمنين، ملتقيات تكوين الأطباء في إطار مشروع Med Net -الديوان الوطني لمكافحة المخدرات بالتعاون مع المجلس الأوروبي: مجموعة بومبيدو، الجزائر، 2008، ص:19.

إن انتشار المخدرات بين الشباب الجزائري لا يعني بتاتا عدم انتشارها وسط الفئات الأخرى من المجتمع، بل على العكس، إذ أنها لم تعرف بين سائر الطبقات الاجتماعية ولا فئات السن، ولا حتى بين الذكور والإناث، حسب ما أوضحت إحصائيات خاصة بقضايا المخدرات التي عرضت على المحاكم في الفترة الممتدة من سنة 1994 إلى سنة 2004، و لكنها تبقى دائما مستهدفة الشباب (من 18 إلى 35 سنة)، بنسبة أكبر (80,55) من القضايا المعروضة.

2/ المخدرات في ظل القانون الجزائري:

التعريف القانوني للمخدرات:

لقد تناول المشروع الجزائري جرائم المخدرات والمؤتمرات العقلية في عدة قوانين نذكرها: القانون الخاص للمخدرات، الأمر المتخصص قانون الصحة العمومية والقانون 85-05 المتضمن قانون حماية الصحة و ترقيتها.¹

3/ جهود وإستراتيجية الجزائر في مكافحة:

• الجهود المبذولة في مكافحة المخدرات:

* في 1992 تم إنشاء اللجنة الوطنية متعددة القطاعات لمكافحة الإدمان على المخدرات وأسندت رئاستها لوزارة الصحة صاغت هذه اللجنة مشروعا أوليا لبرنامج عمل تعلق بمكافحة المخدرات والإدمان عليها وذلك في جوان 1993 على أعقاب تنظيم ملتقى متعدد القطاعات.

* في 1997 حلت اللجنة و أنشئ الديوان الوطني لمكافحة المخدرات وإدمانها لكنه لم ينصب إلا في 2002 وهو يتكون من عدة قطاعات مكلفة لهذه المشكلة ومنها وزارة الصحة.¹

¹ Salah Abdenouri : Stratégie Algérienne de la lutte contre la drogue/ actes du séminaire international sur le rôle de la recherches scientifique dans l'élaboration des politiques des drogues OFFICE NCLD avec conseil de L'Europe : groupe pompidou, Algérie, 2006, pp132-133.

- * إنشاء الديوان الوطني لمكافحة المخدرات و إيمانها بمقتضى المرسوم التنفيذي، رقم 97-212 المؤرخ في 09 جوان 1997 والذي تم تنصيبه في 02 أكتوبر 2002.²
- * المخطط التوجيهي الوطني التوجيهي لمكافحة المخدرات والذي هو عبارة عن وثيقة تجسد السياسة الوطنية في ميدان الوقاية والمكافحة والذي صادقت عليه الحكومة في 29 جوان 2003 ويمتد تطبيقه على 05 سنوات (2004-2008).
- * هذا ومن أجل مكافحة وتبادل المعارف وترقية التعاون بين بلدان حوض البحر المتوسط والبلدان الأوروبية الأعضاء في مجموعة بومبيدو وانضمت الجزائر إلى الشبكة المتوسطية للتعاون في مجال المخدرات والإدمان والتي تسعى إلى ترقية التفاعل بين السياسة والممارسة والعمل، مستهدفة الأطباء، العمال في المجال الاجتماعي، ممثلو الجمعيات غير الحكومية، جمعيات المجتمع المدني، الباحثون والمسؤولون السياسيون والإداريون.³

• التعريف بالديوان الوطني لمكافحة المخدرات:

أقدمت الحكومة الجزائرية على إنشاء العديد من اللجان والهيئات لمكافحة المخدرات على إنشاء العديد من اللجان والهيئات لمكافحة المخدرات وانتشارها حيث تم إنشاء سنة 1992 لجنة وطنية.

• التدابير الوقائية والعلاجية:

لقد تناول المشروع الجزائري في القانون رقم 18/04 بعض الأحكام المتعلقة بالوقاية من المخدرات والمؤثرات العقلية وقمع الاستعمال غير المشروعين لها، إذ أن أحكام المادة 07 منه تجيز لقاضي التحقيق أو قاضي الأحداث الأمر بإخضاع المتهمين بارتكاب جنحة الاستهلاك الشخصي للمخدرات والمؤثرات العقلية بصفة غير مشروعة لعلاج

¹ لازار هجيرة، مديرة فرعية للوقاية بالديوان الوطني لمكافحة المخدرات و إيمانها، مقابلة أجراها الباحث ذات الديوان، يوم 2012/02/14.

² صالح عبد النوري، السياسة الوطنية لمكافحة المخدرات للتكفل بالمدمنين، مرجع سابق، ص: 27.

³ مكافحة الإدمان على المخدرات، خطة عمل في وزارة الصحة و السكان و إصلاح المستشفيات: مكافحة الإدمان، برنامج العمل الصحي، في التكفل بالمدمنين، ملتقيات تكوين الأطباء في إطار مشروع Med Net، الجزائر، الديوان الوطني لمكافحة المخدرات، المجلس الأوروبي، الجزائر، 2008، ص: 32.

مزيل للتسمم يكون داخل مؤسسة مختصة أو خارجيا تحت مراقبة طبية تصاحبه جميع تدابير الوقاية الطبية وإعادة التكييف الملائم لحالتهم إذا ثبت بواسطة خبرة طبية متخصصة أن حالتهم الصحية تستوجب علاجا طبيا، وهو العلاج الذي يستمر حتى بعد التحقيق على أن تقرر الجهة القضائية المختصة خلاف ذلك.¹

وفي المادة 06 من ذات القانون منعه المشرع متابعة الأشخاص السالفي الذكر إذا أثبت أنهم خضعوا لعلاج مزيل للتسمم أو كانوا تحت المتابعة الطبية منذ حدوث الوقائع المنسوبة إليهم.

• العقوبة المقررة:

لقد أعطى المشروع الجزائري لهذه الجريمة وصف الجنحة إذ نص في المواد من 12-31 الجزاءات والعقوبات المطبقة على المخالفين لأحكام هذا القانون متطرقا إلى صور عديدة لهذه الجريمة.²

- جريمة الاستهلاك أو الحيازة للمخدرات أو المؤثرات العقلية بصفة عامة مشروعة لأجل الاستهلاك الشخصي (عقوبة الحبس من شهرين إلى 02 سنة وبغرامة من 5 آلاف إلى 50 ألف دينار جزائري أو بإحدى هاتين العقوبتين).
- عرقلة أو منع بأي شكل من الأشكال الأعوان المكلفين بمعاينة الجرائم أثناء ممارسة وظائفهم أو المهام المخولة لهم بموجب أحكام هذا القانون.

¹ عبيدي الشافعي، قانون الوقاية من المخدرات و المؤثرات العقلية و قمع الاستعمال و الادخار غير المشروعين لها، دار الهدى، الجزائر، 2008، ص: 03.

² قانون رقم 18-04 المتعلق بالمخدرات و المؤثرات العقلية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 83، 26 ديسمبر 2004، ص: 3-4. (ينظر في الملاحق)

خلاصة:

المخدرات هي ليست بالظاهرة الحديثة بل عرفت الحضارات القديمة، لكن أول ما استخدمت في الغرب كان لأهداف طبية لعلاج بعض الأمراض بسبب جهل الأطباء حينئذ لمخاطرها وأضرارها، انتشرت بشكل واسع في القرن 19، وبدأت الدول في العمل على مكافحتها في القرن 20، وذلك بعدما أصبح العالم يعرف أنواعا عديدة منها تتفاوت حدتها وأضرارها باختلاف خصائصها والمادة الفعالة التي تحتويها المادة المخدرة، تصل في كثير من الأحيان إلى الموت المفاجئ أو إلى الإصابة ببعض الأمراض النادرة والخطيرة كمرض فقدان المناعة والالتهاب الكبدي والسرطان.

الفهرس

كلمة شكر

إهداء

06	مقدمة
	الفصل التمهيدي
09	- أسباب اختيار الدراسة وأهدافها
11	- الإشكالية والتساؤلات
13	- المنهج و أدواته
17	- عينة الدراسة
20	- تحديد المصطلحات
21	- الدراسات السابقة والمرتبطة
	الجانب النظري
	الفصل الأول: الإعلان والإعلان التوعوي
	تمهيد
24	المبحث الأول: الإعلان
25	- مفهوم الإعلان
25	- خصائص الإعلان
25	- أنواع و وظائف الإعلان
27	- أساليب الإعلان
28	المبحث الثاني: الإعلان التوعوي
28	- مفهوم التوعية و عوامل تشكيلها
28	- أهمية الاتصال الاجتماعي في تكريس التوعية
29	- وظائف الإعلان التوعوي
30	- أهم إعلانات التوعية والإرشاد
31	خلاصة
	الفصل الثاني: محددات ظاهرة المخدرات وواقعها الجزائري
33	تمهيد

34	المبحث الأول: محددات ظاهرة المخدرات
34	- أنواع المخدرات
36	- مكافحة المخدرات
38	- العلاج من المخدرات
40	المبحث الثاني: ظاهرة المخدرات في الجزائر
40	- واقع المخدرات في الجزائر
40	- المخدرات في ظل القانون الجزائري
41	- جهود إستراتيجية الجزائر في مكافحة
44	خلاصة
	الجانب التطبيقي
	الفصل الثالث: التحليل السيميولوجي للحملات التوعوية لمكافحة المخدرات
47	- تمهيد
49	- الحملة الأولى: المخدرات آفة المجتمع
55	- الحملة الثانية: المخدرات طريق لضياح حياتك و مستقبل أبنائك
61	- الحملة الثالثة: لا للمخدرات
65	نتائج الدراسة
66	الخاتمة
68	قائمة المراجع
72	الملاحق

نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا توصلنا إلى النتائج التالية:

- 1/ تتمثل الدلالات التي تحملها الحملات التوعوية التلفزيونية في الصور المتحركة، الموسيقى بالإضافة إلى الشعارات والكتابات الموجودة في الحملة.
- 2/ إن الصور المعروضة في كل حملة تتناسب وترتبط ارتباطاً وثيقاً بموضوعها، لأنه من خلال مشاهدتنا الصورة نفهم موضوع كل حملة مباشرة.
- 3/ إن الأسلوب المعتمد عليه في التعبير هو الصورة لأنها تعتبر من أهم دعائم الاتصال البصري المؤثرة على حساسية القارئ في شكلها وألوانها، وهي كذلك تسجيل ضوئي للواقع على سطح حساس إذ تتميز عن باقي الكلمات سواء المطبوعة أو المكتوبة أو المسموعة، غير أنها تحتوي على مساحات وخطوط تشيد الواقع في شكله الظاهري وهو ما يجعلها سهلة الفهم.
- 4/ الحجج المستعملة للتعبير عن مكافحة المخدرات تمثلت في الصور التي توضح الحالة المزرية لمتعاطي المخدرات، الموسيقى الصاخبة والمؤثرة في مشاهد الحملة.
- 5/ لقد عملت الرسالة الإعلامية ذات المنفعة العامة على توظيف الإقناع في لقطاتها وذلك من خلال اللقطات المعروضة والنعمة المؤثرة والمقنعة التي تؤثر على المشاهد.

خاتمة:

إن ما نخلص إليه من خلال دراستنا هذه، أن الإعلان أصبح جزءا من حياتنا اليومية، الاجتماعية، الاقتصادية و السياسية، كما أنه ضرورة ملحة لتحقيق غاياتنا، كونه يزودنا بالمعلومات و يحيطنا إحاطة كاملة بأفضل الخدمات المعروضة و المواصفات وأماكن تواجدها.

كما أن هناك أمورا كثيرة جعلت للإعلان أهميته الخاصة بحيث لم يعد هذا الأخير مجرد إخراج و إبداع فني في الوكالة الإعلانية باستخدام بعض المؤثرات الصوتية والمرئية نذكر منها الحملات التوعوية و التي هي موضوع دراستنا و التي أصبحت وسيلة اتصال فعالة بين المعلنين و الجمهور، كما أنها تهدف إلى الإعلام أو الإقناع كما قد تهدف تحقيقهما معا، كما هو حال هذه الحملات التوعوية التي من خلال مضمونها يتضح الهدف الإعلامي، التي تسعى إيصاله للجمهور المستهدف و هذا فيما يخص النهاية المدمرة التي تنجر عن استهلاك المخدرات، و يتضح كذلك الهدف الإقناعي من خلال البلاغة الموظفة للتعبير و تجسيد هذه النهاية.

خاتمة:

إن ما نخلص إليه من خلال دراستنا هذه، أن الإعلان أصبح جزءا من حياتنا اليومية، الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية، كما أنه ضرورة ملحة لتحقيق غاياتنا، كونه يزودنا بالمعلومات ويحيطنا إحاطة كاملة بأفضل الخدمات المعروضة والمواصفات وأماكن تواجدها.

كما أن هناك أمورا كثيرة جعلت للإعلان أهميته الخاصة بحيث لم يعد هذا الأخير مجرد إخراج و إبداع فني في الوكالة الإعلانية باستخدام بعض المؤثرات الصوتية والمرئية نذكر منها الحملات التوعوية والتي هي موضوع دراستنا والتي أصبحت وسيلة اتصال فعالة بين المعلنين والجمهور، كما أنها تهدف إلى الإعلام أو الإقناع كما قد تهدف تحقيقهما معا، كما هو حال هذه الحملات التوعوية التي من خلال مضمونها يتضح الهدف الإعلامي، التي تسعى إيصاله للجمهور المستهدف وهذا فيما يخص النهاية المدمرة التي تنجر عن استهلاك المخدرات، ويتضح كذلك الهدف الإقناعي من خلال البلاغة الموظفة للتعبير وتجسيد هذه النهاية.

الملحق الأول:



المشدرات

مستقبل ضائع وحياة خاسرة
وأخيرة في قصر الجحيم







**المخدرات إهدار
لصحتك
ومالك
ووقتك**

مع تحيات اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات

انجو بحياتك من الادمان



قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

كل مسكر
حرام

www.wathakker.com

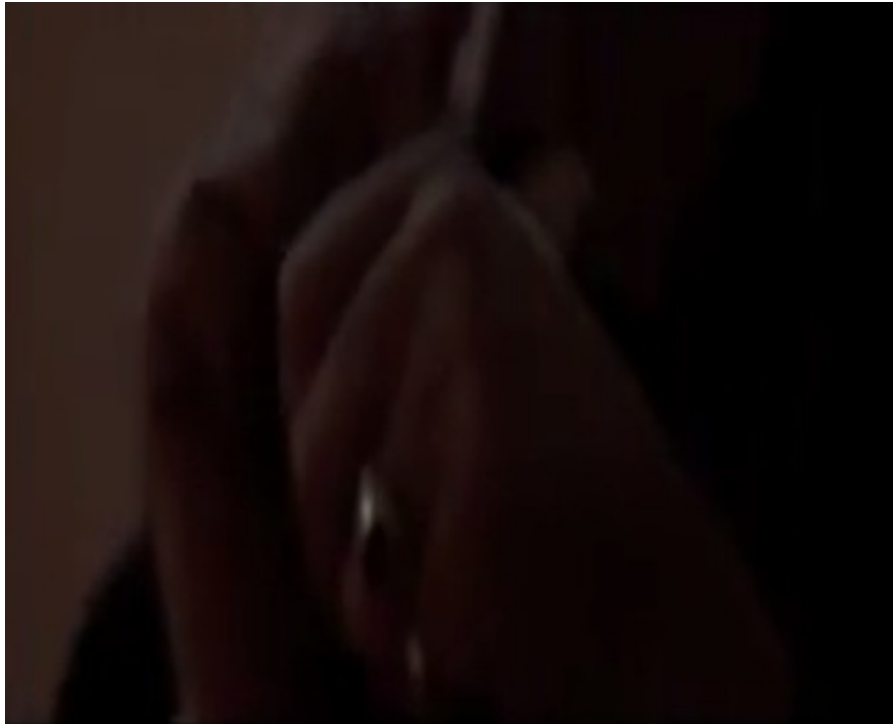
www.wathakker.com

shamsqatar.com



الملحق الثاني:











الملحق الثالث:

الهيئة الصحية الإسلامية 
حيث الرعاية لا حدود لها...

لا للهفوات

حملة الوقاية من المخدرات
www.hayaa.org

الهيئة الصحية الإسلامية

حيث الرعاية لا حدود لها...



حملة الوقاية من المخدرات

www.hayaa.org

الهيئة الصحية الإسلامية

حيث الرعاية لا حدود لها...



حملة الوقاية من المخدرات
www.hayaa.org

الهيئة الصحية الإسلامية

حيث الرعاية لا حدود لها...



من أجل الحياة

حملة الوقاية من المخدرات

www.hayaa.org

دليل المقابلة:

- ما المقصود بالمخدرات؟
- ما هو التطور التاريخي للديوان الوطني لمكافحة المخدرات؟
- كيف هو واقع المخدرات في الجزائر؟
- ما هي الجهود التي بذلتها الجزائر في مكافحة المخدرات؟

ا. المصادر:

- 1- أبو شنب محمد جمال، فوحة أحمد أشرف، الدعاية و الإعلام مفاهيم نظرية التطبيقات، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005.
- 2- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003.
- 3- إحسان عنتابي، تقنيات الاتصال البصرية، لبنان، دار النشر العربية، ط1، 1998.
- 4- إيناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية و ثقافة الطفل، دراسة سيبيولوجية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2001.
- 5- بشير عباس العلاق، علي محمد ربابعة، الترويج و الإعلان، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 1998.

اا. المراجع:

- 1- المراجع باللغة العربية:
- 6- حسين عبد الحميد رشوان، أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.
- 7- محمد أبو نصار، منهجية البحث العلمي (التواعد و المراحل و التطبيقات)، دار عمان للنشر، عمان، ط1، 1998.
- 8- محمد عمر الحاجي، حقيقة الإعلان، دار المكتب، ط1، 2002.
- 9- عبد الحميد عطية، الاتصال الاجتماعي و ممارسة الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2004.
- 10- عبد الفتاح محمد دويدار، سيكولوجة الاتصال و الإعلام، دار المعرفة الجامعية، 1996.
- 11- ساسي عريفج، خالد حسين مصلح، مفيد نجيب حواشين، مناهج البحث العلمي و أساليبه، مجدلاوي، الأردن، ط2، 1999.

12- شون ماكزايدي، أصوات متعددة و عالم واحد، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، 1981.

المراجع باللغة الفرنسية:

1/ Abdelkrim Abidat: Drougue, la bête qui menace le monde, Edition Ged- com, alger, 2007.

2/ Bernard la mizet, Ahmed silem, dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information de la communication, patis, édition marketing, 1997.

3/ Jean- marc de camdin : la communication marketing (concepts, techniques, stratégies) economica, pomis, 1995.

III. المعاجم:

محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر و الكتابة و التوزيع، ط1، 2004.

IV. الدوريات:

قانون رقم 18/04 المتعلق بالمخدرات و المؤثرات العقلية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 83-26، ديسمبر 2004.

V. المحاضرات:

- محمد لعزيزي: محاضرة حول المخدرات، خصائص القانون 4-د18 في الملتقى الدولي حول تطبيق القانون 4/18 المتعلق بالوقاية من المخدرات و المؤثرات العقلية و قمع الاستعمال و الاتجار غير المشروع، النادي الوطني للجيش 21-22 فيفري 2011 وثيقة PDF.

- نصيرة وفنيط: المكافحة و الوقاية من آثار المخدرات، المركز الثقافي الإسلامي بالتتسيق مع المسجد الأرقم، الجزائر، محاضرة يوم 2012/03/02، من 14 سا- 17 سا.

.VI. المذكرات:

1- مذكرات الدكتوراه:

1/ فائزة يخلف: خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الانفتاح الاقتصادي- دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية لنيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004.

2- مذكرات الماجستير:

1/ هادف ليندة خديجة: العناصر السردية في الإشهار التلفزيوني، دراسة تحليلية سيميولوجية لومضات نجمة للهاتف النقال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2005.

2/ سهام العاقل: دراسة حول فعالية الإعلام في وقاية الشباب من المخدرات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 1998.

.VII. المجلات:

عبد الوهاب بوخنوفة، الاتصال الاجتماعي في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، دار الحكمة، الجزائر، العدد 14، 1996.

.VIII. المطويات:

1- الديوان الوطني لمكافحة المخدرات وإدماجها: المجتمع الدولي ومكافحة المخدرات، الجزائر، 2007.

- 2- صالح عبد النوري: السياسة الوطنية لمكافحة المخدرات في التكفل بالمدمنين، ملتقيات تكوين الأطباء في إطار مشروع Med Net، الديوان الوطني لمكافحة المخدرات بالتعاون مع المجلس الأوروبي: مجموعة لومبيدو، الجزائر، 2008.
- 3- رزق الله ح و آخرون: التقويم الأول للإدمان عند مريض في حالة علاج في فعالية الملتقى الدولي حول دور البحث العلمي في إعداد السلبات الوطنية للوقاية من المخدرات، ديسمبر 2006.