

الرقم التسلسلي: / 2026

رقم التسجيل:

تصميم حملة إعلامية حول العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي
بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د. جعفر محمد

إعداد الطالبتين:

صغيري دنيا

فضيل سماح

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	المؤسسة الجامعية	الصفة
لعجال عفيفة	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	رئيسا
جعفر محمد	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	مشرفا ومقررا
باجي سهام	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الحمد لله تعالى الذي وفقنا لإتمام هذا العمل
ونتوجه بجزيل الشكر إلى الأستاذ جعفر محمد على إشرافه الكريم وتوجيهاته العلمية طوال مراحل
إنجاز هذا العمل، سائلين الله له دوام الصحة والتوفيق
كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة الموقرة لتفضلهم بقراءة هذا العمل
وتقويمه وإثرائه بملاحظاتهم العلمية
والشكر موصول إلى كل من أسهم في إنجاز هذه الدراسة بالدعم أو التوجيه أو التشجيع.
والحمد لله رب العالمين

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿فَرِحِينَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ﴾

رحلة الصبر قد اكتملت، واليوم، بفضل الله، أحصد ثمار سنوات طوال. لم يكن الطريق سهلاً، لكن الإيمان والعمل الدؤوب قاداني إلى هذه الذروة، حيث تحولت التطلعات إلى إنجازات راسخة، وتكاثرت الجهود بفخر لا يوصف، لتبدأ من هنا مسيرة جديدة من الطموح والبناء.

أهدي تخرجي إلى روح والدي الغالي، الذي وإن غاب جسده فقد ظل نوره يضيء دربي، وإلى أُمِّي العزيزة التي كانت ولا تزال سندي وقوتي، وإلى إخوتي وأخواتي الأحباء الذين وقفوا بجانبني في كل خطوة، شكراً لكم على حبكم ودعمكم اللامشروط.

الطالبة

صغيري دنيا

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم
﴿فَرِحِينَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ﴾

هذه اللحظة لا تُورث ولا تُشترى، لقد دفعتُ ثمنها عمري وشبابي، سهري، خوفي ودموعي، هي
لهفة الوصول، دمة الحزن وفرحة العمر، هذه هي النهاية السعيدة لبدايات أعظم وأصبح حلمي
حقيقة.

أهدي تخرجي إلى من هم كل ما أملك، إلى العمود الثابت في عثرات أيامي، إلى من هم في الحياة
حياة، إلى من بذلوا جهد السنين من أجلي "أبي وأمي".
كما أهدي تخرجي إلى إخوتي، إلى من وقفوا بجانبني في السراء والضراء، ولكل روح عانقتني
بالحب والدعوات. شكراً لكل من كان في طريقي، استندت عليه أو مرَّ عابراً، شكراً لكل من علمني
كلمة أو مهارة.

الطالبة

فضيل سماح

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تصميم وتخطيط حملة إعلامية توعوية حول ظاهرة العنف اللغوي داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وذلك من خلال تسليط الضوء على مفهوم العنف اللغوي، وأشكاله، وأسبابه، وآثاره النفسية والاجتماعية على الطلبة، مع إبراز دور الحملات الإعلامية في الحد من هذه الظاهرة ونشر ثقافة الحوار والاحترام داخل الوسط الجامعي. وقد تم تطبيق هذه الحملة بالاعتماد على مجموعة من الوسائل الاتصالية المتمثلة في الملصقات والمطويات والفيديوهات التوعوية الموجهة للطلبة بشكل أساسي.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- انتشار ظاهرة العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي بالمسيلة بأشكال متعددة، سواء بشكل مباشر من خلال السب والشتم والتتمر اللفظي، أو بشكل غير مباشر عبر السخرية والتهميش والعنف الرمزي.
- تأثر الطلبة بشكل كبير بالمحتويات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، مما ساهم في انتشار السلوكيات العدوانية اللفظية داخل الوسط الجامعي.
- أهمية الحملات الإعلامية التوعوية في نشر الوعي بخطورة العنف اللغوي وتعزيز قيم الاحترام والتسامح والتواصل الحضاري داخل الجامعة.
- ضرورة تكثيف الأنشطة التحسيسية والإعلامية داخل الجامعة، مع إشراك الإدارة والأساتذة والطلبة في مكافحة هذه الظاهرة والحد من آثارها السلبية.

الكلمات المفتاحية: إعلام، حملة، حملة إعلامية، توعية، عنف لغوي، جامعة، طالب.

Abstract

This study aimed to design and plan an awareness media campaign about the phenomenon of verbal violence within Mohamed Boudiaf University of M'sila by highlighting the concept of verbal violence, its forms, causes, and its psychological and social effects on students, while emphasizing the role of media campaigns in reducing this phenomenon and promoting a culture of dialogue and respect within the university environment. The campaign used various communication tools such as posters, brochures, and videos directed at students.

The study reached important findings, including :

- The widespread presence of verbal violence within M'sila university campus in different forms, whether direct through insults, offensive language, and verbal bullying, or indirect through mockery, marginalization, and symbolic violence.
- The strong influence of digital content and social media on students, which has contributed to the spread of verbally aggressive behaviors within the university environment.
- The existence of a relationship between the lack of a culture of dialogue and positive communication and the spread of verbal violence among students.
- The importance of awareness media campaigns in raising awareness about the dangers of verbal violence and promoting the values of respect, tolerance, and civilized communication within the university.
- The necessity of intensifying awareness and media activities inside the university while involving the administration, teachers, and students in combating this phenomenon and reducing its negative effects.

Keywords : Awareness, Campaign, Media, Media Campaign, , Verbal Violence, Students, University.

فهرسالمحتويات

1.....	شكر وتقدير
2.....	إهداء
1.....	ملخص
1.....	فهرسالمحتويات

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

4.....	1. إشكالية الدراسة
5.....	2. أهداف الدراسة
5.....	3. أهمية الدراسة
6.....	4. أسباب اختيار الموضوع
6.....	5. تحديد مفاهيم الدراسة
8.....	6. الدراسات السابقة
12.....	7. مناقشة الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها

الفصل الثاني: الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

17.....	تمهيد
18.....	1. الحملة الإعلامية
18.....	1.1. تعريف الحملة الإعلامية
20.....	2.1. أهداف الحملات الإعلامية
22.....	3.1. أهمية الحملات الاعلامية
22.....	4.1. خصائص الحملات الاعلامية
24.....	5.1. أنواع الحملات الاعلامية
26.....	2. مراحل إعداد الحملات الإعلامية ومقومات نجاحها
26.....	1.2. مراحل إعداد الحملات الإعلامية
26.....	1.1.2. مرحلة التخطيط للحملة الإعلامية
27.....	2.1.2. مرحلة تنفيذ الحملة الإعلامية
28.....	3.1.2. مرحلة تقييم الحملة الإعلامية

2.2. مقومات نجاح الحملات الإعلامية.....	29
3. العنف اللغوي في الوسط الجامعي.....	31
1.3. مفهوم العنف.....	31
1.1.3. تعريف العنف.....	31
2.1.3. أسباب العنف.....	33
3.1.3. آثار العنف على الفرد و المجتمع.....	34
4.1.3. أنواع العنف.....	35
2.3. مفهوم العنف اللغوي.....	37
1.2.3. تعريف العنف اللغوي.....	37
2.2.3. أشكال العنف اللغوي.....	38
3.2.3. أسباب العنف اللغوي في الجامعة.....	40
4.2.3. آثار العنف اللغوي على الجامعة.....	42
خلاصة الفصل.....	43

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للحملة الإعلامية

1. مرحلة ما قبل تصميم الحملة الإعلامية.....	45
1.1. التعريف بموضوع الحملة الإعلامية.....	45
2.1. تحديد نوع الحملة الإعلامية.....	45
3.1. تحديد أهمية الحملة الإعلامية.....	46
4.1. تحديد أهداف الحملة الإعلامية.....	46
5.1. تحديد الجمهور المستهدف.....	47
6.1. تحديد الوسيلة.....	48
1.6.1. الملصق.....	48
2.6.1. المطوية.....	48
3.6.1. الفيديو.....	49
2. مرحلة تصميم الحملة الإعلامية.....	49
1.2. طابع الرسالة.....	49
2.2. نبرة الرسالة.....	49
3.2. محتوى الرسالة.....	50
4.2. مضمون الملصق.....	50
5.2. مضمون المطوية.....	53

56	6.2. تحليل محتوى الفيديو
58	3. مرحلة ما بعد تصميم الحملة الإعلامية
58	1.3. مدة الحملة الإعلامية
59	2.3. تسلسل الوقائع
63	الخاتمة
72	الملاحق

المقدمة

المقدمة:

تعتبر الحملات الإعلامية من أبرز الوسائل الاتصالية الحديثة التي تعتمدها المؤسسات بمختلف أنواعها من أجل التأثير في سلوك الأفراد وتوجيه الرأي العام نحو قضايا اجتماعية وتربوية مختلفة، وذلك لما تمتلكه من قدرة على نشر الوعي وتعديل السلوكات السلبية وترسيخ القيم الإيجابية داخل المجتمع. ومع التطورات التي شهدتها المجال الإعلامي والرقمي، أصبحت الحملات الإعلامية أداة فعالة لمعالجة العديد من الظواهر الاجتماعية التي تمس الفرد والمؤسسة على حد سواء خاصة داخل الفضاءات التعليمية والجامعية التي تعد بيئة لتكوين الفرد علميا وأخلاقيا.

ومن بين الظواهر التي أصبحت تثير اهتمام المختصين والباحثين في مجال الاتصال والإعلام ظاهرة العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي، والتي باتت تنتشر بأشكال مختلفة بين الطلبة، سواء من خلال الألفاظ الجارحة، أو السخرية، أو التتمر اللفظي، أو العبارات المسيئة التي تؤثر سلبا على العلاقات داخل الجامعة. ويعد هذا النوع من العنف من أخطر أشكال العنف الرمزي، لما يخلفه من آثار نفسية ومعنوية قد تنعكس على التحصيل الدراسي، والشعور بالأمان، والاستقرار النفسي والاجتماعي للطلاب الجامعي.

ورغم أن الجامعة تعتبر فضاء للعلم والحوار والتبادل الفكري الراقي، إلا أن بعض الممارسات والسلوكات السلبية قد تؤدي إلى انتشار مظاهر العنف اللغوي بين الطلبة نتيجة عوامل متعددة، كضعف الوعي بأخلاقيات التواصل والتأثر بالمحتويات الرقمية العنيفة وضغوط الحياة الجامعية، إضافة إلى غياب ثقافة الحوار والتسامح لدى بعض الأفراد. الأمر الذي يجعل من هذه الظاهرة تحديا حقيقيا يستدعي التدخل من خلال آليات توعوية واتصالية فعالة تسهم في الحد منها ونشر ثقافة الاحترام داخل الحرم الجامعي.

وقد دفعت هذه الظاهرة العديد من المؤسسات الجامعية إلى تبني استراتيجيات توعوية واتصالية تهدف إلى الحد من العنف اللغوي داخل الوسط الجامعي، وذلك عبر تنظيم حملات إعلامية وتحسيسية تعمل على

توعية الطلبة بخطورة هذا السلوك وآثاره النفسية والاجتماعية، مع تشجيعهم على تبني لغة الحوار والاحترام المتبادل.

وتأتي هذه الدراسة في هذا السياق، إذ تهدف إلى تصميم حملة إعلامية حول العنف اللغوي داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، من أجل إبراز الدور الذي يمكن أن تؤديه هذه الحملات الإعلامية في التوعية بخطورة العنف اللغوي والحد من انتشاره بين الطلبة في جامعة المسيلة. كما تسعى هذه الدراسة إلى تقديم تصور اتصالي متكامل لحملة إعلامية موجهة لطلبة الجامعة بهدف المساهمة في نشر ثقافة التواصل الإيجابي داخل الحرم الجامعي وتعزيز قيم الاحترام والتسامح بين الطلبة.

انطلاقاً مما سبق، تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول رئيسية؛ حيث تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة، والذي تضمن إشكالية الدراسة وأهدافها وأهميتها وأسباب اختيار الموضوع وتحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة. أما الفصل الثاني فقد خصص للإطار النظري للدراسة، حيث تم التطرق فيه إلى مفهوم الحملة الإعلامية وأهدافها وخصائصها وأنواعها ومراحل إعدادها وأسس نجاحها، إضافة إلى التطرق لمفهوم العنف اللغوي وأسبابه وأنواعه وآثاره داخل الوسط الجامعي. في حين تناول الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة، والذي تم فيه عرض مختلف مراحل تصميم الحملة الإعلامية الخاصة بموضوع العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي، بداية من مرحلة ما قبل التصميم، وصولاً إلى مرحلة تصميم الرسائل الإعلامية والوسائل الاتصالية، وانتهاءً بمرحلة تقييمها وقياس مدى فعاليتها.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة

شهدت جامعة محمد بوضياف بالمسيلة في السنوات الأخيرة بعض السلوكيات السلبية التي تؤثر على مكانتها ودورها في تكوين الطلبة وتنمية مهاراتهم وتلبية حاجيات المجتمع، على اعتبار أن الجامعات تبنى على أسس علمية وأخلاقية. ومن أبرز تلك الممارسات السلبية العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي الذي لا تتوقف خطورته عند التأثير النفسي فحسب، بل قد يتطور إلى نزاع أو صراع ليصل إلى عنف جسدي مما يؤدي إلى عرقلة سيرورة التعليم والمس بقوانين الجامعة، وقد يؤدي إلى نهاية مسيرة الطالب. بالإضافة إلى ذلك، ساهم انتشار وسائل التواصل الاجتماعي بين الطلبة في توسيع نطاق العنف اللغوي من خلال ممارسة التندر والسخرية ونحو ذلك عبر الصفحات والمجموعات الالكترونية.

ورغم الجهود التي تبذلها الجامعة لمعالجة ظاهرة العنف اللغوي باعتباره أحد الإشكاليات الاتصالية والسلوكية المؤثرة على جودة الاتصال والتفاعل في الجامعة، إلا أن هذه الجهود تبقى محدودة من حيث التصميم والاعتماد على حملات إعلامية مبنية على أسس علمية واضحة.

وفي هذا السياق، تبرز الحاجة إلى دراسة كيفية تصميم حملة إعلامية توعوية قادرة على معالجة ظاهرة العنف اللغوي في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة في إطار مقاربة اتصالية علمية تعتمد على استراتيجيات الإقناع وتوظيف الوسائط الإعلامية المناسبة داخل الجامعة. ومن هنا تطرح هذه الدراسة الإشكالية التالية: كيف يمكن تصميم حملة إعلامية توعوية لمعالجة ظاهرة العنف اللغوي في جامعة محمد

بوضياف بالمسيلة وتعزيز ثقافة الاحترام والتواصل الإيجابي بين الطلبة؟

2. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المتعلقة بظاهرة العنف اللغوي داخل جامعة محمد بوضياف بولاية المسيلة.

- التعريف بمفهوم العنف اللغوي وأشكاله وأسباب انتشاره في الوسط الجامعي وأثاره على الطالب.
- التوعية بخطورة العنف اللغوي على الحالة النفسية للطالب.
- تشجيع الطلبة على التبليغ في حالة التعرض للعنف اللغوي.
- تصميم نموذج تطبيقي يمكن الاستفادة منه في معالجة مثل هكذا ظواهر سلبية في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- اقتراح آليات وحلول عملية للحد من العنف اللغوي وتعزيز ثقافة الحوار والاحترام المتبادل بين أفراد المجتمع الجامعي.
- محاولة التأثير في الطلبة ودفعهم إلى عدم ممارسة العنف اللغوي بمختلف أشكاله داخل الحرم الجامعي.

3. أهمية الدراسة

تمكن أهمية الدراسة في معالجتها لموضوع العنف اللغوي الذي انتشر مؤخرا بين الطلبة عبر مختلف جامعات الوطن، مما أصبح موضوعا للنقاش بسبب تأثيره على الجانب النفسي والاجتماعي للطالب وكذلك التأثير على مستواه الدراسي. إضافة إلى غياب الحوار الراقي مما قد يسبب مشاكل ونزاعات بين الطلبة والإداريين والأساتذة والعمال، مما يتسبب في عرقلة مسار الدراسة، لذا وجب التدخل لإيجاد حلول لهذه الممارسات اللغوية السلبية.

4. أسباب اختيار الموضوع

إن عملية اختيار الموضوع القابل للدراسة العلمية، عملية بالغة الأهمية لأنها مرحلة حاسمة تؤثر على إنجاز البحث بأكمله، ومن أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع هي:

بالنسبة للأسباب الذاتية:

- الاهتمام بموضوع العنف اللغوي خاصة أنه أصبح متداولاً بكثرة في الوسط الجامعي.
- الرغبة الذاتية في معرفة أسباب انتشار العنف اللغوي والسعي لإيجاد طرق للحد منه.
- الدعوة لتحسين العلاقات الإنسانية داخل البيئة الجامعية.
- التحسيس بأهمية الكلمة وتأثيرها على الطالب.

أما الأسباب الموضوعية فتمثلت في النقاط التالية:

- أهمية الموضوع ذاته، لأن ممارسة العنف اللغوي أصبح في الوقت الحالي يمثل أحد السلوكات الاتصالية السلبية التي تضر بالبيئة الجامعية ومحاولة الكثير من الجامعات الحد منه.
- معالجة السلوك الاتصالي السلبي وتحويله إلى الإيجابي.
- قلة وعي الطلبة بخطورة الكلمة وانعكاساتها على جودة العلاقات الإنسانية.
- انتشار العنف اللغوي بين الطلبة خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي.

5. تحديد مفاهيم الدراسة

- الحملة الإعلامية:

تعرف الحملة الإعلامية في سياق هذه الدراسة، بأنها عملية اتصالية استراتيجية مخططة تقوم بها الهيئات الجامعية أو الفاعلون داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، والتي تقوم على تشخيص مسبق لمشكلة العنف اللغوي داخل الجامعة، وتنفيذ وفق برنامج زمني محدد باستخدام مزيج من الوسائط الاتصالية التقليدية والرقمية، بهدف التأثير المقصود في معارف واتجاهات وسلوكيات أفراد المجتمع الجامعي (طلبة، أساتذة، موظفين)، بما يحقق تغييرا إيجابيا مستداما يتماشى مع القيم الأكاديمية.

- العنف اللغوي:

يقصد بالعنف اللغوي في إطار هذه الدراسة كل ممارسة تواصلية ذات طابع عدواني تمارس داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وتتجسد في استعمال اللغة (شفويا أو كتابيا) بشكل ينطوي على إهانة، تحقير، سخرية، تهديد أو تنمر، بما يلحق ضررا نفسيا أو معنويا بالمتلقي. ويشمل ذلك التفاعلات المباشرة داخل جامعة المسيلة، وكذلك تفاعلات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بها، ويعد مؤشرا على اختلال في أنماط التواصل وضعف في ثقافة الحوار والاحترام داخل الحرم الجامعي.

- الحرم الجامعي:

المقصود بالحرم الجامعي هذه الدراسة بأنه المجال المكاني والتنظيمي الذي تمارس فيه مختلف الأنشطة التعليمية والإدارية والاجتماعية داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، ويشمل الهياكل البيداغوجية (الكليات، المدرجات، قاعات التدريس)، والمرافق المشتركة، ومواقع التواصل الاجتماعي. وينظر إليه كنسق اجتماعي واتصالي متكامل تبنى داخله العلاقات والتفاعلات بين مختلف الفاعلين في جامعة محمد بوضياف

بالمسيلة (طلبة، أساتذة، إداريين، عمال) وفق منظومة من القيم والمعايير الأكاديمية التي تحكم طريقة الاتصال فيما بينهم..

6. الدراسات السابقة

- أولاً: الدراسات الجزائرية

دراسة سمية الحاج أعمار ومسقمين كوثر (2024)

بعنوان " تمثلات الطلبة لظاهرة العنف اللفظي والجسدي في الجامعة: دراسة ميدانية بجامعة عين تموشنت "

تناولت الدراسة ظاهرة العنف اللفظي والجسدي في الوسط الجامعي، باعتبارها من المشكلات المتزايدة التي تؤثر على الحياة الأكاديمية والنفسية للطلبة. كما هدفت الى التعرف على آراء الطلبة حول العنف في الجامعة و فهم أسباب انتشاره وماهي أكثر أشكال العنف شيوعاً وما هي طرق مواجهة هذه الظاهرة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتم تطبيق الاستبيان على عينة من طلبة ليسانس وماستر بجامعة عين تموشنت.

توصلت الدراسة إلى أن العنف اللفظي والجسدي منتشر داخل الجامعة، وأن العوامل الاجتماعية والنفسية والتجارب السابقة للطلبة تساهم في ظهوره، إضافة إلى التأثير السلبي على التحصيل الدراسي والصحة النفسية. كما بينت الدراسة أن تمثلات الطلبة للعنف تختلف باختلاف خلفياتهم وتجاربهم الشخصية. و أوصت الدراسة بضرورة نشر ثقافة الاحترام داخل الجامعة، وتنظيم حملات توعية لمواجهة العنف وتحسين التواصل بين الطلبة والإدارة، مع توفير دعم نفسي للطلبة للحد من هذه الظاهرة.

دراسة داهش لندة وقلعي فطوم (2020)

بعنوان " العنف اللفظي بين الطلبة وتأثيره على العلاقات الاجتماعية - دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة العربي التبسي". الجزائر

هدفت الدراسة إلى معرفة طبيعة العنف اللفظي المنتشر بين الطلبة، والكشف عن أسبابه النفسية والاجتماعية، إضافة إلى تحديد مدى تأثيره على العلاقات الاجتماعية داخل الوسط الجامعي. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية وتحليل أبعادها المختلفة. وتم استعمال أداة المقابلة لجمع البيانات من المبحوثين، مع الاستناد إلى الملاحظة كأداة مساعدة في فهم سلوك الطلبة، تمثلت عينة الدراسة في مجموعة من الطلبة الجامعيين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة.

توصلت الدراسة إلى أن العنف اللفظي ظاهرة منتشرة بشكل كبير في الوسط الجامعي، وتتجلى في عدة مظاهر مثل الشتم، السخرية، الإهانة ورفع الصوت. كما بينت النتائج أن هذه الظاهرة تعود إلى عدة أسباب أهمها الشعور بالإحباط والتأثير الاجتماعي، خاصة جماعة الرفاق والأسرة. وأثبتت الدراسة كذلك أن العنف اللفظي يؤثر سلباً على العلاقات الاجتماعية بين الطلبة، حيث يؤدي إلى توتر العلاقات، ضعف التواصل وانتشار مشاعر العزلة والانطواء.

- ثانياً: الدراسات العربية

دراسة عدنان يوسف العتوم و العزام عمر ناجي (2017)

بعنوان " أثر برنامج تدريبي معرفي في تخفيف العنف الجامعي لدى طلاب جامعة اليرموك "

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى فعالية برنامج تدريبي قائم على الأساليب المعرفية في الحد من مظاهر العنف لدى الطلبة داخل الوسط الجامعي، والعمل على تعديل سلوكياتهم العدوانية وتعزيز مهارات التحكم في الانفعالات. اعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، من خلال تطبيق برنامج تدريبي على

مجموعة من الطلبة ومقارنة النتائج قبل وبعد التدخل. واستخدمت مقياس العنف الجامعي، إضافة إلى البرنامج التدريبي المعرفي كأداة أساسية للتدخل، مع الاستعانة باختبارات قبلية وبعدية لقياس التغير في السلوك. وتمثلت العينة في مجموعة من طلبة جامعة اليرموك، حيث تم تقسيمهم إلى مجموعتين (تجريبية وضابطة) لقياس أثر البرنامج التدريبي.

توصلت الدراسة إلى أن البرنامج التدريبي المعرفي كان له أثر إيجابي وفعال في تخفيف مستوى العنف لدى الطلبة، حيث أظهرت النتائج انخفاضاً ملحوظاً في السلوكيات العدوانية لدى أفراد المجموعة التجريبية مقارنة بالمجموعة الضابطة، مما يؤكد أهمية التدخلات التربوية والنفسية في معالجة ظاهرة العنف الجامعي.

- ثالثاً: الدراسات الأجنبية

دراسة دورا ألياندا فالينتي دا سيلفا (2025)

بعنوان " إضفاء الشرعية على العنف: دور اللغة في معالجة العنف القائم على النوع الاجتماعي في البرتغال"

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل كيفية تأثير اللغة المستخدمة في الخطاب الإعلامي والقضائي على تشكيل التصورات الاجتماعية المتعلقة بالعنف القائم على النوع الاجتماعي في البرتغال، مع التركيز على دور السرديات الإعلامية والقانونية في تكريس أو مقاومة العنف. واعتمدت الباحثة على مقارنة متعددة التخصصات جمعت بين النظرية البنائية، والتحليل النقدي للخطاب، والنظرية القانونية النسوية. كما استخدمت الدراسة المنهجين الكمي والنوعي لتحليل مضمون الأحكام القضائية و57 مقالاً إعلامياً، بهدف الكشف عن الأنماط اللغوية والخطابية المستعملة في تصوير الضحايا والجناة وطبيعة الخطاب المرتبط بالعنف.

وتوصلت الدراسة إلى أن الخطاب القضائي والإعلامي قد يساهم أحياناً في التقليل من خطورة العنف وتبريره بشكل غير مباشر، من خلال استعمال لغة تعزز الصور النمطية أو تشكك في مصداقية الضحايا. كما أظهرت النتائج أن بعض التغطيات الإعلامية تميل إلى تبرير سلوك المعتدين أو تحميل الضحية جزءاً من المسؤولية، مما يؤدي إلى تطبيع العنف داخل المجتمع. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير خطاب إعلامي وقانوني أكثر وعياً بمخاطر العنف اللغوي والرمزي، مع تعزيز المسؤولية الإعلامية وإعادة النظر في الأساليب الخطابية المستعملة في معالجة قضايا العنف.

دراسة كون زونغ (2024)

بعنوان " العنف اللغوي في الألعاب الرياضية الجامعية من منظور نظرية الصراع الاجتماعي "

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن ظاهرة العنف اللغوي داخل المنافسات الرياضية الجامعية، وتحليل أسبابها وآثارها على الطلبة والبيئة الجامعية، مع محاولة اقتراح حلول للحد من هذه السلوكيات. واعتمد الباحث على نظرية الصراع الاجتماعي لتفسير العنف اللغوي داخل المباريات الرياضية الجامعية. كما استخدمت الدراسة المنهجين الكمي والنوعي، وتم اختيار عينة من 164 طالبا جامعيًا من تخصصات مختلفة بالجامعة . واعتمدت الدراسة على الاستبيان، الملاحظة، والمقابلات كأدوات لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى أن العنف اللغوي منتشر بشكل ملحوظ داخل المنافسات الرياضية الجامعية، خاصة لدى الذكور مع وجود حالات أيضًا لدى الإناث. كما بينت النتائج أن العنف اللغوي ينقسم إلى نوعين: صراعات داخل المجموعة وصراعات خارجها وترجع أسبابه إلى عوامل مادية ومعنوية، أهمها التعصب الرياضي والاختلاف حول التحكيم والتنظيم. أظهرت الدراسة أن العنف اللغوي قد يؤدي إلى تطور النزاعات اللفظية إلى عنف جسدي، لكنه قد يساهم أحياناً في تقوية الروابط داخل الجماعات. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز القيم الإيجابية داخل الوسط الجامعي وتحسين أساليب التنظيم والتواصل للحد من انتشار العنف اللغوي.

7. مناقشة الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها

بالنسبة للدراسات الجزائرية، تتقاطع دراستنا مع دراسة سمية الحاج أعر (2024) في اهتمامهما بظاهرة العنف اللفظي داخل الوسط الجامعي، حيث سعت الدراسة إلى تحليل تمثيلات الطلبة تجاه العنف اللفظي والجسدي وفهم أسبابه وآثاره. في المقابل، تركز دراستنا على الحملة الإعلامية كآلية للحد من العنف اللفظي داخل الحرم الجامعي، أي أنها لا تكتفي بوصف الظاهرة وتحليلها، بل تتجه نحو التدخل والتغيير من خلال توعية الطلبة والتأثير على سلوكهم. كما أن الدراسة السابقة اعتمدت على المنهج الوصفي، بينما تعتمد دراستنا على مقارنة تطبيقية/اتصالية تهدف إلى تصميم وتنفيذ حملة إعلامية، وهو ما يجعلها أكثر ارتباطاً بالممارسة الميدانية في مجال العلاقات العامة والاتصال.

كما تتقاطع دراسة داهش لندة وقلعي فطوم (2020) مع دراستنا الحالية المعنونة بـ "حملة إعلامية حول العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي" في اهتمامهما بظاهرة العنف اللفظي داخل الوسط الجامعي، حيث ركزت كلتا الدراستين على انتشار هذا السلوك بين الطلبة وآثاره السلبية على العلاقات الاجتماعية والتفاعل داخل البيئة الجامعية. كما يشترك الباحثان في اعتبار العنف اللغوي ظاهرة اجتماعية تستدعي التدخل والمعالجة. إلا أن الاختلاف الجوهري يكمن في زاوية المعالجة، حيث ركزت الدراسة السابقة على وصف وتحليل الظاهرة والكشف عن أسبابها وانعكاساتها، بينما تسعى دراستنا إلى التدخل الاتصالي من خلال تصميم حملة إعلامية تهدف إلى التوعية والحد من انتشار العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي.

وقد اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لفهم الظاهرة، في حين أن دراستنا تميل إلى الطابع التطبيقي، من خلال اقتراح استراتيجية اتصالية قائمة على أدوات الإعلام والتواصل الحديثة. وعليه، يمكن القول إن الدراسة السابقة تمثل أرضية نظرية وتشخيصية لظاهرة العنف اللفظي، بينما تأتي دراستنا كمحاولة علاجية وتطبيقية تسعى إلى تقديم حلول عملية عبر الحملات الإعلامية.

أما بالنسبة للدراسات العربية، فتتقاطع دراسة والعنوم والعزام (2017) مع دراستنا في اهتمامهما بظاهرة العنف داخل الوسط الجامعي والسعي إلى الحد منها، كما يشترك البحثان في كونهما يتجاوزان الجانب الوصفي نحو التدخل لمعالجة الظاهرة، إلا أن الاختلاف يكمن في طبيعة هذا التدخل، حيث اعتمدت الدراسة السابقة على برنامج تدريبي معرفي يستهدف تعديل سلوك الطلبة بشكل مباشر، في حين تعتمد دراستنا على حملة إعلامية اتصالية تهدف إلى التوعية والتأثير في اتجاهات وسلوكيات الطلبة بشكل غير مباشر عبر وسائل الإعلام والاتصال. كما أن الدراسة استخدمت المنهج شبه التجريبي لقياس الأثر، بينما تميل دراستنا إلى المنهج التطبيقي الاتصالي القائم على تصميم استراتيجية إعلامية موجهة للجمهور الجامعي. وعليه، يمكن اعتبار الدراسة السابقة نموذجاً للتدخل النفسي-التربوي، في حين تمثل دراستنا مقارنة اتصالية إعلامية تسعى لمعالجة الظاهرة من زاوية التوعية والتأثير المجتمعي.

كما تقاطع مع دراسة حملة "لست وحدك" مع دراستنا الموسومة بـ "حملة إعلامية للتوعية بالعنف اللغوي داخل الحرم الجامعي" في كونهما تهدفان إلى التوعية بمظاهر العنف وآثاره السلبية على الأفراد والمجتمع، وتعتمدان على الوسائل الإعلامية والتوعوية لنشر الوعي وتغيير السلوكيات السلبية. كما تشترك الدراستان في السعي إلى تعزيز ثقافة الاحترام ونبذ العنف من خلال إنتاج محتويات إعلامية وتثقيفية تستهدف فئات محددة من المجتمع.

كما اختلفت دراسة حملة "لست وحدك" عن دراستنا الموسومة بـ "حملة إعلامية حول العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي" حيث ركزت على العنف ضد المرأة بمختلف أشكاله في المجتمع العربي، واستهدفت النساء والمجتمع بصفة عامة، بينما تركز دراستنا على ظاهرة العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي، وتستهدف فئة الطلبة الجامعيين بالدرجة الأولى. كما أن الحملة السابقة تناولت قضايا تتعلق بالحقوق الإنسانية والتمييز والعنف القائم على النوع الاجتماعي، في حين تهتم دراستنا بمعالجة السلوكيات اللغوية المسيئة وآثارها على

العلاقات والتواصل داخل البيئة الجامعية. إضافة إلى ذلك، اختلفت طبيعة الأنشطة والرسائل الإعلامية المستخدمة في كلتا الدراستين وفقاً لأهداف كل حملة والفئة المستهدفة.

كما أفادت هذه الدراسة في إبراز أهمية الحملات الإعلامية في معالجة الظواهر الاجتماعية والسلوكية، وأظهرت أن العنف لا يقتصر على الأذى الجسدي فقط بل يشمل أشكالاً أخرى مثل العنف اللفظي والتمييز والإساءة النفسية. وتختلف دراستنا عنها من حيث المجال والفئة المستهدفة، إذ تركز على العنف اللغوي داخل الوسط الجامعي بين الطلبة، وتسعى إلى الحد من انتشار الألفاظ الجارحة والكلام المسيء داخل الحرم الجامعي من خلال حملة إعلامية توعوية موجهة للطلبة الجامعيين. كما نتوقع أن تبرز دراستنا دور التوعية الإعلامية في تحسين التواصل والاحترام المتبادل داخل البيئة الجامعية والحد من السلوكيات اللغوية العنيفة.

وبالنسبة للدراسات الأجنبية، تتقاطع دراسة دورا أليدا فالينتي دا سيلفا (2025) مع موضوع بحثنا المعنون بـ "حملة إعلامية حول العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي" في اهتمامهما بدور اللغة والخطاب الإعلامي في التأثير على سلوك الأفراد وتشكيل الوعي المجتمعي تجاه ظاهرة العنف. كما يشترك البحثان في التركيز على أهمية الاتصال والإعلام في الحد من السلوكيات العنيفة ونشر الوعي. إلا أن الدراسة السابقة ركزت على العنف القائم على النوع الاجتماعي في السياقين الإعلامي والقضائي داخل المجتمع البرتغالي، بينما تركز دراستنا على العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي وكيفية معالجته من خلال حملة إعلامية توعوية موجهة للمجتمع الجامعي. كما اعتمدت الدراسة السابقة على تحليل الخطاب الإعلامي والقضائي، في حين تسعى دراستنا إلى تصميم مقاربة اتصالية تطبيقية تهدف إلى التوعية والتغيير السلوكي داخل البيئة الجامعية. كما تتشابه دراسة كون زونغ (2024) مع دراستنا المعنونة بـ "حملة إعلامية حول العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي" في اهتمامهما بظاهرة العنف اللغوي داخل البيئة الجامعية، كما يشترك البحثان في السعي إلى

فهم أسباب هذه الظاهرة والحد من آثارها السلبية على الطلبة. إلا أن الدراسة السابقة ركزت على العنف اللغوي داخل المنافسات الرياضية الجامعية من منظور اجتماعي تفسيري، بينما تركز دراستنا على العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي بشكل عام من خلال توظيف حملة إعلامية توعوية تهدف إلى تغيير السلوك ونشر ثقافة التواصل الإيجابي. كما اعتمدت الدراسة السابقة على الاستبيانات والمقابلات والملاحظة لتحليل الظاهرة، في حين تسعى دراستنا إلى توظيف الاتصال والإعلام كوسيلة علاجية وتوعوية للتقليل من انتشار العنف اللغوي بين الطلبة.

الفصل الثاني:

الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف
اللغوي

الفصل الثاني: الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

تمهيد

تعد الحملات الإعلامية من أهم الوسائل الاتصالية الحديثة التي تستخدمها المؤسسات للتأثير في الجمهور المستهدف وتوجيه سلوكياته واتجاهاته نحو قضايا معينة، خاصة مع التطور الكبير لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية. وتبرز أهمية هذه الحملات داخل الجامعة من خلال دورها في معالجة الممارسات السلبية، ومن بينها ظاهرة العنف اللغوي التي أصبحت تؤثر سلباً على العلاقات بين مختلف الفاعلين داخل الجامعة.

يهدف هذا الفصل إلى تقديم إطار نظري حول الحملات الإعلامية، من حيث مفهومها وأهدافها وخصائصها ومراحل إعدادها ومقومات نجاحها، إضافة إلى التطرق لمفهوم العنف والعنف اللغوي وأسبابه وآثاره وأشكاله داخل الوسط الجامعي، وذلك لفهم الدور الذي يمكن أن تؤديه الحملات الإعلامية في الحد من هذه الظاهرة وتعزيز ثقافة الحوار والاحترام بين الطلبة.

1. الحملة الإعلامية

يتناول هذا الجزء من الدراسة تعريف الحملة الإعلامية في اللغة والاصطلاح، وأهداف الحملات الإعلامية وأهميتها وخصائصها كنشاط اتصالي وأنواعها المختلفة في علاقتها بالجمهور المستهدف من الحملة الإعلامية .

1.1. تعريف الحملة الإعلامية

- تعريف الحملة الإعلامية في اللغة:

عند الرجوع لبعض معاجم اللغة نجد المصدر المكون والأصل اللغوي الذي اشتقت منه كلمة "حملة" كما نشق المعنى اللغوي المجرد للكلمة، فقد جاء في لسان العرب: "حملة على الأمر حملاً فانحل أغراه به، وتحامل في الأمر وبه تكلف على مشقة وإعياء، وتحامل عليه أي كلفه ما لا يطيق".

أما مصطلح الحملة باللغة الإنجليزية فهو Campaign، وإذا اقترن الأمر بالوصف دلت على نوعية الحملة مثل Media campaign أي الحملة الإعلامية.

لذلك لفظ حملة مطلق، وكثيراً ما يتردد على الألسنة ويشيع استخدامه عادة مقترباً بأوصاف عديدة ونسوق على سبيل المثال لا الحصر: حملة عسكرية، حملة إعلانية، حملة صحفية، حملة سياسية، حملة انتخابية وحملة إعلامية، وكلها تؤدي معنى ابتدائياً واحداً هو حملة لكنها تختلف من حيث المضمون. (مقبل،

2020-2019، ص 10)

أما كلمة الإعلام فهي مشتقة من "أعلم"، يقال: أعلمه إعلاماً مثل أبلغه إبلاغاً وأخبره إخباراً، فالإعلام والإبلاغ والإيذان ألفاظ تدور حول إيصال أمر مطلوب من جهة المتكلم إلى المخاطب.

الفصل الثاني.....الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

والإعلام هو: " عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة لصالح العام.(بن كريمة و شعيب، 2023، ص 14)

- تعريف الحملة الإعلامية في الاصطلاح

تعد الحملة الإعلامية Media campaign من النشاطات الاتصالية المهمة مما دفع العديد من الباحثين والمهتمين بشؤون الاتصال إلى تقديم تعريفات وتحديد مفاهيم مختلفة لها، منطلقين من اهتماماتهم وطبيعة اختصاصاتهم والوظائف التي تؤديها الحملة، والأهداف المراد تحقيقها من جراء تنظيمها، إضافة إلى عناصرها وخصائصها.(مقبل، 2010، ص 11)

ويعرف دينس ماكويل Denis Mcquail الحملة الإعلامية على أنها: "جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقاً مع المعايير والقيم السائدة، بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعياً، مثل التصويت وشراء السلع والتبرعات وتحقيق أمن أكبر وصحة أفضل". (دياب، 2019، ص 5)

كما يعرفها غوران هيدرو Hidbrow بأنها: "النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل".(دياب، 2019، ص 6)

ويعرف ميشال لوني Michel Lenet الحملة الإعلامية على أنها: "عمل فني chef d'oeuvre تستعمل كل تقنيات الاتصال و وسائله وتتطلب استخدام المنطق في كل مراحل إنجازها والعمل المكثف". (Le Net, 1981, p. 143)

أما سامية محمد جابر فتعرف الحملة الإعلامية بأنها: "هي التي تشتمل على مجموعة تدابير واستعدادات مثل الحملات السياسية والانتخابية والمعلومات العامة والإعلان وبعض أشكال التعليم واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية أو في مجال نشر التجديدات، ويكون لها أهداف محددة تخطط من أجل إنجازها، وتقوم بنشاطها في فترة زمنية محددة غالبا ما تكون وجيزة ومكثفة وتستهدف جمهوراً كبيراً نسبياً، وغالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركة.(بوكرموش، 2013، ص 64)

من خلال التعاريف السابقة، نستخلص أن الحملة الإعلامية هي مجموعة الأنشطة الاتصالية المخططة والمنظمة التي يتم إعدادها وتنفيذها داخل الوسط الجامعي، بالاعتماد على وسائل إعلامية واتصالية متنوعة مثل الملصقات، المطويات، المنشورات الرقمية واللقاءات التحسيسية، بهدف توعية الطلبة بخطورة العنف اللغوي وآثاره السلبية على التواصل والعلاقات داخل الحرم الجامعي، والعمل على الحد من انتشاره وتعزيز ثقافة الحوار والاحترام المتبادل.

2.1. أهداف الحملات الإعلامية

تكمن أهداف الحملات الإعلامية في أنها:

- تساهم في تعديل و تطويع سلوك الطلبة في الاتجاه الإيجابيا المرغوب.
- تخططو تصمم و تنفذ من قبل خبراء مؤهلين و أساتذة من مختلف التخصصات (علم النفس، علم الاجتماع، علوم الاعلام و الاتصال ...)فإنها ستقوم حتما بالتأثير المطلوب و تساهم في الحد من مختلف الافات الاجتماعية كالعنف.
- تساعد على التعرف على نقاط القوة و الضعف الكامنة في قضية اجتماعية ما (العنف اللغوي في الجامعة)كخطوة أولى،ثم تصويب المسيرة الاجتماعية (الجهات المستهدفة "طلبة") نحو تحقيق الغاية المرجوة كخطوة ثانية.

الفصل الثاني.....الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

وغالبا ما يكون التعديل والتغيير بمثابة الأهداف الأساسية للحملات الإعلامية :

- تغيير السلوك إلى مايتناسب و المحيط الجامعي عن طريق إقناع الفرد بعدم صحة ما يقوم به.
- تحسيس الرأي العام (الطلبة) بخطورة قضية العنف اللغوي في المحيط الجامعي لكي لا تتعرض للنسيان أو التهميش.

- تحسين صورة مؤسسة معينة (الجامعة) بهدف تنمية الدافعية للقيام بها و إتقانها (مثال حملة حول العنف اللغوي). (البكري، 2007، ص 79)

ويمكن تلخيص أهداف الحملات الإعلامية في ما يلي :

- **هدف توجيهي ثقافي و تعليمي:** يتمثل في إكساب المستقبل اتجاهات جديدة و تغيير مواقف وأراء قديمة أو العمل على تثبيتها بغرض المحافظة عليها، بالإضافة إلى توعية الأفراد و زيادة معارفهم بقصد مساعدتهم و تبصيرهم لما يدور حولهم من أحداث كما يتجه الاتصال الاجتماعي إلى إكساب المستقبل خبرات و مهارات و مفاهيم جديدة .

- **هدف اجتماعي:** يتم عن طريق الاحتكاك بين أفراد الجماهير بعضهم ببعض حتى تقوى الصلات الاجتماعية بينهم.

- **هدف إداري:** يتحقق من خلال تحسين العمل و توزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة .

- **هدف ترويجي ترفيهي:** يتم عن طريق إدخال البهجة و السرور و الاقناع إلى نفس المستقبل.(بوخبزة،

(2014)

3.1. أهمية الحملات الإعلامية

تتمثل أهمية الحملات الإعلامية فيما يلي:

- بتحسين صورة مهنة معينة لدفع المواطنين للإقبال عليها.
- تؤدي إلى تكوين صورة قوية للمؤسسة، وإلى زيادة في حجم المبيعات وتحسين الأرباح.
- تغيير السلوك الذي لا يتناسب مع المحيط الاجتماعي عن طريق إقناع الفرد بعدم صحة ما يقوم به، أو تبين المخاطر الناجمة عن ذلك السلوك، وتعداد الخصائص السيئة له، وذلك يحمل الفرد على تغيير سلوكه إزاءه.
- توضيح الحقائق وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع، كالحملات المستهدفة لتوعية المواطنين بقوانين المرور.
- تحسيس الرأي العام بقضية معينة في المجتمع لئلا تتعرض للنسيان، كالقيام بحملة للتحسيس بفئة المعوقين وذوي الاحتياجات الخاصة، أو ضحايا الكوارث وفئة المحرومين اجتماعيا...، حيث تنبه هذه الحملات المجتمع بهدف الزيادة من درجة التضامن والتكافل والتعاون.(بوكرموش، 2013، ص 64)

4.1. خصائص الحملات الإعلامية

تتميز الحملات الإعلامية بمجموعة من الخصائص كنشاط اتصالي على أساس أنها تختلف عن غيرها من الأنشطة الاتصالية الأخرى، وهذا التميز هو الذي جعلها تكتسب الكثير من المصداقية لدى جماهيرها لارتباطها الوثيق بقضاياهم الاجتماعية وعلاجها للعديد من الظواهر، تتمثل هذه الخصائص فيما يلي:

- التكرار:

تعمل الحملة الإعلامية على تحقيق ثلاثة أهداف من خلال عملية تكرار الرسائل:

- أن يعمل القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية على تثبيت الرسائل في ذهن الجمهور المستهدف فيخزن المعلومات التي تلقاها في ذاكرته، وإذا جاء الوقت أو الظروف المناسب لاستخدامها فإنه يتم استرجاعها تلقائياً.

- الإلحاح لدفع الجمهور إلى تقبل الرسائل التي يتم بثها أو نشرها.

- إتاحة الفرصة لعدد من الجماهير الأخرى أن يتعرفوا على مضمون الرسائل.

- الاستمرارية:

الاستمرارية تعني عدم التوقف المؤقت أو النهائي عن بث الرسائل ضمن المدة الزمنية المحددة للحملة لمجرد نشر الرسائل أو بثها في أحد الوسائل حتى لا تنقطع الصلة بين القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية والجمهور المستهدف لأن الاستمرار في تنفيذ ومتابعة الأنشطة والبرامج دون انقطاع من شأنه أن يؤدي إلى تحقيق الهدف المنشود.

- استخدام كافة وسائل الاتصال:

تستخدم الحملات الإعلامية كافة وسائل الاتصال المتاحة وفق ما يتوفر لدى القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية من إمكانيات مادية وبشرية وبما يتوافق والجمهور المستهدف من أجل الوصول بالرسالة الإعلامية إلى أكبر شريحة من الجمهور، وهذه خاصية يتميز بها هذا النوع من النشاط الاتصالي دون غيره لأن

الفصل الثاني.....الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

استخدام كافة وسائل الاتصال المتاحة لا يدع مجالات للشك بأن أحدا من عناصر الجمهور المستهدف لم تصله الرسالة.

- كثافة التغطية:

كثافة التغطية عبارة عن الجهود المكثفة التي يتم من خلالها إغراق الجمهور المستهدف بوابل من الرسائل أي بآراء وأفكار ومعتقدات القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية.

- الإدارة المنظمة:

تعني الإدارة المنظمة حضور التخطيط في العمل كي يرسم الطريق المؤدي للهدف المنشود، ويلزم التخطيط جمع المعلومات والبيانات لمضمون نشاط الحملة الإعلامية، لهذا نجد أن الحملة الإعلامية ذات إدارة محكمة وجهود منظمة يسلك فيها القائم بالاتصال أقرب الطرق ويختصر فيها الزمن للوصول إلى الهدف.

- ذات مدة زمنية محددة:

تكون الفترة الزمنية للحملة الإعلامية محددة البداية والنهاية، على أن لا تكون طويلة المدى وهذا ما يجعل الحملة الإعلامية تكثف جهدها للوصول إلى الهدف المنشود في أسرع وقت ممكن وبأقل التكاليف، لتجنب الملل الذي قد يحدث للجمهور جراء الرسائل المستمرة والمتكررة مما قد يحبط جهود القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية ويحول دون تحقيق الهدف.(بريك، 2025، ص 21-22)

5.1. أنواع الحملات الاعلامية

قسمت منى سعيد الحديديو سلوى إمام الحملات الإعلامية إلى أربعة أنواع:

- **حملات التغيير المعرفي:** تهدف إلى تزويد الجمهور بمعلومات وزيادة وعيهم بقضية ما، أي العمل على إحداث التغيير المعرفي، وهذا النوع من الحملات يعتبر من أسهل الأنواع لأنها لا تهدف إلى إحداث

الفصل الثاني.....الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

تغيير عميق في السلوك، وإنما يتحقق هدفها برفع مستوى وعي الجمهور ببعض القضايا المجتمعية مثل حملات توعية الجمهور بأهمية التغذية الصحية.

- **حملات تغيير الفعل:** تهدف إلى إقناع الجمهور بالقيام بعمل معين خلال وقت محدد كالحملات التي تحث على التبرع بالدم، وإلى حد كبير فإن القضايا المجتمعية التي تستهدف من ورائها إحداث تغيير في الفعل أصعب من القضايا التي تستهدف استحداث تغيير في المعرفة.

- **حملات التغيير السلوكي:** تهدف إلى حث الأفراد على تغيير بعض أنماط السلوك حيث يجب على الأفراد أن يتخلصوا من عادات قديمة ويتعلموا عادات جديدة، كالحملات التي تحث على الإقلاع عن التدخين، وكذلك الحملات التي تحث على نظافة البيئة.

- **حملات تغيير القيم:** وتعد من أصعب أنواع الحملات، حيث تحاول أن تغير بعمق المعتقدات والقيم التي يتمسك بها الأفراد والجماعات كحملات تنظيم الأسرة، حيث يصعب تحريك القيم والمعتقدات التي يحتفظ بها الأفراد منذ فترة طويلة، فهي غالبا ما تكون مستمدة من البيئة المحيطة بالفرد مما يجعل عملية تغييرها عملية صعبة، وعادة ما يقوم الفرد بنذب المعلومات غير المتفقة مع قيمه لكي لا تؤثر على قيمه

الأساسية.(بريك، 2025، ص 20-21)

2. مراحل إعداد الحملات الإعلامية ومقومات نجاحها

1.2. مراحل إعداد الحملات الإعلامية

يمكن تقسيم مراحل القيام بالحملة الإعلامية إلى ثلاث خطوات مهمة كالتالي:

1.1.2. مرحلة التخطيط للحملة الإعلامية

- تحديد المشكلة وجمع المعلومات:

تشمل هذه المرحلة جمع كافة المعلومات المتعلقة بالحملة الإعلامية مثل جمع المعلومات عن الموارد المالية والبشرية المطلوبة لتنفيذ الحملة وايضا جمع معلومات عن الجمهور المستهدف من الحملة وعن كافة الوسائل والطرق للوصول اليه.

- تحديد أهداف الحملة:

و يقصد بها تحديد الغرض من الحملة الإعلامية و ما الذي ترغب في تحقيقه من خلالها، سواء كان زيادة الوعي، تعزيز العلامة التجارية، تشجيع الشراء....

- تحديد الجمهور المستهدف:

يتم في هذه المرحلة دراسة الجمهور المستهدف من الحملة الإعلامية، بما في ذلك العمر والجنس والاهتمامات والسلوكيات وغيرها لتحديد الرسالة والوسائل الأنسب له.

- وضع الرسالة:

تطوير الرسالة الإعلامية الرئيسية التي ترغب في توصيلها إلى الجمهور المستهدف، وتحديد الطريقة المثلى لتقديمها بشكل فعال وجذاب.

- اختيار وسائل الإعلام:

تطوير قنوات الاتصال المناسبة التي تستخدم لنشر الرسالة الإعلامية كالتلفزيون، الإذاعة، وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات، المطبوعات.... وما يحدد القناة المناسبة هو تنوع الجمهور المستهدف من الحملة الإعلامية.

- تحديد الميزانية لتغطية الاحتياجات:

تتوقف ميزانية الحملات الإعلامية على الأهداف المراد تحقيقها وحجم الأنشطة التي ستتخذ، وبأي وسيلة، والنطاق الجغرافي والمجال الزمني المخصص لتنفيذ الحملة، وغالباً ما يوضع أمام مخطط الحد الأدنى والحد الأعلى للميزانية، وبعد تحديد الميزانية بشكل تقديري يتطلب الأمر معرفة مصادر التمويل.

- وضع جدول زمني للحملة الإعلامية:

يتعلق الأمر بتحديد تنفيذ الخطط ومتى تنتهي؟ ووقت كل برنامج منها بدقة، وأن يكون التوقيت متناسقاً مع الوضع العام والأحداث الاجتماعية أو السياسية والدينية ونحوها، لأن اختيار التوقيت غير المناسب يفسد كثيراً من الجهود الإعلامية حتى وإن كان مخطط لها بإتقان. (جقريف و بيرم ، 2024 ، ص 33)

2.1.2. مرحلة تنفيذ الحملة الإعلامية

- مرحلة العرض:

مرحلة العرض عبارة عن تحليل مواقف الجمهور قبل البدء في تنفيذ الحملة أي محاولة معرفة صورة موضوع الحملة لدى الجمهور المستهدف.

- مرحلة الانتشار:

في هذه المرحلة، يبدأ القائم بالاتصال بممارسة شتى أساليب وسائل الاتصال المتاحة والملائمة لكل فئة من فئات الجمهور مستخدماً كل الوسائل والرسائل المعبرة والمؤثرة.

- مرحلة التركيز:

تعتمد مرحلة التركيز على دقة الملاحظة وعلى استطلاع الرأي لتقييم المراحل السابقة محاولة بناء استراتيجية جديدة في هذه المرحلة حتى يتم الوصول إلى الجمهور المستهدف.

- مرحلة الحسم:

وهي مرحلة الهجوم على المنتج المنافس ومحاولة التأثير في اتجاهات المعارضين وتحويلها إلى مؤيدين وتتميز هذه المرحلة بالمفاجأة. (جقريف و بيرم ، 2024 ، صفحة 34)

3.1.2. مرحلة تقييم الحملة الإعلامية

تعد مرحلة التقييم من أهم المراحل، حيث يتم من خلالها قياس فعالية الحملة الإعلامية وما حققته من تأثير، وتتم مرحلة التقييم بالخطوات التالية:

- التقييم القبلي:

يتم في هذه المرحلة إجراء اختبارات أولية لقياس صحة القرارات ومدى فاعلية الوسائل المستخدمة ومدى النجاح في تحقيق الأهداف المرجوة منها. كما يتم تطبيق هذه الاختبارات على المجموعات التالية: جمهور المستهدف من الرسالة جمهور المختصين في الشكل الفني.

- التقييم المرحلي:

يقصد بالتقييم المرحلي عملية التقييم أثناء حدوث الحملة الإعلامية وكذلك للتأكد من فاعليتها وتحديد جوانب القصور الموجودة بها ومحاولة تقويم هذه الجوانب والتغلب عليها لإنجاح الحملة ودعمها لتحقيق الأهداف المرجوة منها.

- التقييم النهائي:

تسعى مرحلة التقييم النهائي إلى التعرف على مدى نجاح الحملة في تحقيق أهدافها والتعرف على نتائجها وعلى المشكلات وكذلك الأخطاء التي قد تصادف المرسل أو قد يقع فيها أثناء نشره الحملة الإعلامية.

وبعض الباحثين يحدد خطوات تقييم الحملة إلى ثلاث مراحل هي:

- التقييم أثناء الحملة
- التقييم فور الإنتهاء من الحملة
- التقييم الاسترجاعي ويجرى بعد ستة أشهر من انتهاء الحملة على الأقل لاختبار قياس تأثير الحملة على المدى الطويل.(جقريف و بيرم ، 2024 ، ص 35)

2.2. مقومات نجاح الحملات الإعلامية

تتطلب الحملات الإعلامية الناجحة العديد من المقومات أو السمات لكي تتجح في تحقيق أهدافها، من حيث التأثير على الجمهور وفقا لأهداف الحملة.

وتبدأ هذه المقومات بسياقة الرسالة الإعلامية المتمثلة في موضوع الحملة التي يسعى المصمم من خلالها إلى توصيل أهدافها إلى الجمهور المستهدف ولضمان نجاح هذه الرسالة، وإقناع الجمهور بها، ينبغي أن تتوفر الرسالة على الخصائص التالية:

- **الوضوح:** بمعنى أن تتسم الرسالة بالوضوح، وذلك لكي يستطيع الجمهور فهمها، والتعامل معها.
- **السرعة:** ويقصد بها أن تنتشر الرسالة بسرعة كبيرة بين الجمهور المستهدف، وإذا لم تنتشر بسرعة فهي رسالة غير فعالة.
- **الجاذبية:** بمعنى أن تحتوي الرسالة على معاني جاذبة للجمهور، ولا تكون مزعجة للجمهور.

الفصل الثاني.....الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

- **الثقة:** أي لا بد أن تبنى الرسالة على شئ من الثقة بين مصمم الحملة والجمهور، حيث إذا فقدت تلك الثقة ستفقد الحملة أهميتها.
- **الإبتكارية:** بمعنى أن تتسم الحملة بالجدية، وأن تمثل إضافة للآخرين.
- **التنظيم:** أي يجب أن تكون مخططة بشكل منظم ودقيق.
- **الإنسانية:** بمعنى ألا تخلو الحملة من الجوانب الانسانية، لتستطيع من خلالها كسب تأييد الجمهور لها.
- **التنوع:** أي يجب ان تتنوع لغة الخطاب الاعلامي، وترجمة محتوى الرسالة الإعلامية إلى عدة لغات بما يناسب طبيعة الفئة المستهدفة. (حمودي، 2025، ص 28)

ويرتبط نجاح الحملة الإعلامية كذلك باختيار شعار مميز يعبر عن مضمون الحملة وأهدافها، بحيث يكون مختصرا واضحا وسهلا للتذكر، مع مراعاة الجاذبية في التصميم وإمكانية توظيف الصورة أو الرموز الداعمة للحملة. فالشعار يعد وسيلة مهمة لترسيخ الحملة في أذهان الجمهور وربطها بمضمونها.

كما يعتمد نجاح الحملات الإعلامية بشكل أساسي على دراسة دقيقة للجمهور المستهدف من خلال تحديد الفئات الجماهيرية المستهدفة من الحملة، والتعرف المسبق على السمات والخصائص والاحتياجات والاتجاهات المختلفة لهذه الفئات من الجمهور المستهدف حول موضوع الحملة. يساعد ذلك على معرفة واختيار الوسائل الأكثر تأثيرا على الجمهور المستهدف، مع ضرورة إتفاق موضوع الحملة مع اتجاهات ومعتقدات الجمهور المستهدف مما يؤدي إلى نجاح الحملة في تحقيق أهدافها.

بالإضافة إلى ذلك، يساهم تنوع الوسائل الاعلامية المستخدمة في زيادة فاعلية الحملة، سواء عبر وسائل الاعلام التقليدي او وسائل الاعلام الجديد كالشبكات الاجتماعية والمواقع الالكترونية، مما يضمن الوصول الى أكبر عدد ممكن من الجمهور بمختلف فئاته. (حمودي، 2025، ص 29)

3. العنف اللغوي في الوسط الجامعي

1.3. مفهوم العنف

العنف هو ظاهرة سلبية تؤثر على استقرار الافراد وتسبب أضرار نفسية وجسدية واجتماعية. وسنعالج في هذا الجزء تعريف العنف، أسبابه، آثاره وأنواعه.

1.1.3. تعريف العنف

- تعريف العنف في اللغة:

ارتبط مفهوم العنف بالقسوة والشدة وهو ضد الرفق وهذا مورد في معجم لسان العرب لابن منظور حيث أشار إلى أن العنف هو الخرق بالامر وقلة الرفق فيه، وهو ضد الرفق واللين ويقال عنف به وعليه أيعامله بشدة وقسوة، كما يشير التعنيف الى التوبيخ واللوم.

والعنيف هو الذي لا يحسن الركوب وليس له رفق بركوب الخيل وقيل: الذي عهد له بركوب الخيل

والجمع عنف. (ابن منظور، 2003، ص 309-307)

وكذلك يرتبط مفهوم العنف بالقوة المؤثرة والخشونة وهو ما ورد في معجم المفردات العلمية لهذه المصطلحات المفسرة، فمصطلح violator تعني مخالف، وكلمة violent تعني عنيف، قاس، شديد، وكلمة non-violence تعني اللاعنف.

وتتحدث كلمة عنف من الكلمة اللاتينية "فيولوننتيا" التي تعني السمات الوحشية بالإضافة إلى القوة والفعل، أما "فيولار" يعني العمل بالخشونة والعنف أو التدنيس والانتهاك والمخالفة، وكل هذه الكلمات ترتبط بكلمة فيسالتني تعني القوة والبأس والقدرة والعنف وهي تعني القوة الفاعلة والمؤثرة. (السعران، 2020، ص 441-442)

- تعريف العنف في الاصطلاح:

العنف من وجهة نظر عالم الاجتماع الأمريكي "ه نيونج" هو أفعال التدمير والتخريب وإلحاق الأضرار والخسائر التي توجه الى أهداف أو ضحايا مختارة أو الوسائل أو الأدوات التي تكون أثارها ذات صفة سياسية من شأنها تعديل أو تقييد أو تحرير سلوك الآخرين في موقف المساومة التي لها نتائج على النظام الاجتماعي. (معتوق، 2012، ص 21)

وفي نفس السياق رأى دودسون أن العنف هو شعور بالغضب أو العدوانية يتجسد بأفعال دامية جسدياً أو بأعمال تهدف إلى تدمير الآخرين. (وديع، 1997، ص 28)

كما وصفه دينستين بأنه استخدام وسائل القوة أو القهر أو التهديد لإلحاق الأذى والضرر بالممتلكات وذلك من أجل تحقيق أهداف غير قانونية أو مرفوضة اجتماعية. (وديع، 1997، ص 31)

ويرى علماء النفس أنه نمط سلوك ينتج عن حالة إحباط ويكون مصحوباً بعلامات التوتر ويحتوي على إلحاق ضرر مادي أو معنوي بالكائن الحي. (التير ، 1997 ، ص ص 12-14)

كما عرفت منظمة صحة العالمية OMS العنف بأنه تهديد أو الاستعمال العمدي للقوة المادية أو السلطة ضد النفس أو ضد الآخرين أو ضد مجموعة أو جماعة ذات مصلحة مشتركة والذي يؤدي الى إحداث جرح أو صدمة أو وفاة أو ضرر نفسي. (Gustare, 2003, p. 9)

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن العنف يشير الى كل سلوك أو فعل يقوم به الفرد تجاه نفسه أو تجاه شخص أو تجاه جماعة بهدف تحقيق مصلحة أو أخذ شيء بالقوة، و ينتهي هذا الفعل بضرر نفسي أو جرح أو صدمة أو وفاة لشخص ما.

2.1.3. أسباب العنف

لوجود العنف في المجتمع وتفاقمها أسباب كثيرة نذكر منها:

- **العنف الاسري:** ويكون على هيئة ضرب مؤلم أو على هيئة نقد حقير وتوبيخ مستمر وعدم استخدام أي عبارة للمدح والتشجيع بالإضافة إلى تكليف الابن بما لا يطيق أو إجباره على تحقيق مالم يستطيع الوالدان تحقيقه. كما يعد تعاطي الوالدين أو أحدهما المسكرات أو المخدرات من أسباب العنف لما لهم من دور كبير في تشكيل شخصية الأجيال.
- **الشعور بالنقص:** قد يتشكل الشعور بالنقص نتيجة سوء تربية و المعاملة في البيت أوفي المدرسة لذا يجب الحد من جرح شعور الطالب أوالتسبب في شعوره بالنقص لأن ذلك يدفعه إلى الانتقام بطريقة أو بأخرى.
- **الإعلام:** إن اعتياد الانسان على مشاهدة العنف و الدماء مع تعظيم أبطال هذها لمشاهد، في الإعلام المرئي خاصة، يؤدي إلى ترسيخ مفهوم البطولة بشكل مرتبط مع الضرب والعنف.
- **البطالة وضعف الاقتصاد:** إن ضعف الاقتصاد وانتشار الفقر و البطالة وعدم توفر فرص العمل يسبب شعور باليأس وتدني الوضع الاقتصادي للأسرة مع زيادة عدد أفرادها يؤدي إلى تفشي العنف كوسيلة لحل المشكلات.
- **الكحول وتعاطي المخدرات:** لا يقتصر تأثير الكحول والمخدرات على الجانب العقلي والبدني فحسب بل يتعداه أيضا إلى تنشيط مراكز المراقبة في الدماغ مما يؤدي إلى جعل الشخص أكثر عرضة لممارسة السلوكيات العنيفة والاستجابة بشكل عدواني للمؤثرات. (زيتون، 2005، ص ص 11-12)

3.1.3. آثار العنف على الفرد و المجتمع

إن للعنف آثار سلبية على الفرد والمجتمع، فقد يحدث خلل اجتماعي، ديني واقتصادي، والمتضرر أكثر قد يكون الفرد بحد ذاته .

ومن بين الآثار النفسية للعنف نجد:

- أضرار جسدية: يترك العنف الجسدي أثرا عميقة قد تؤدي إلى الموت أو ظهور تشوهات وإعاقات بالغة على المستوى الجسدي كما يترك الرضوض والكسور المتعددة في مختلف أعضاء الجسم، أما على مستوى الأعصاب تكون في شكل أورام الدموية.

- أضرار نفسية: تتمثل في الهيجان والبكاء والصراخ والخوف (مزور ، 2010، ص3). إضافة إلى الشعور بالنقص، والضغط النفسي الذي قد يؤدي إلى صدمة ويؤثر على العقل فيضعف التفكير وبالتالي الفشل الدراسي والقلق والإحباط والخوف والاكتئاب إضافة إلى الكذب (العرودي، 2020، ص ص 290-293)

وتتمثل الآثار الاجتماعية للعنف فيما يلي:

- عدم الرضى على الحياة الاسرية والدراسة والعمل والعلاقات الاجتماعية.
- عدم القدرة على الانخراط الفاعل مع المجتمع واستثمار الطاقة الشخصية و البيئية بالشكل الأمثل من أجل الانتاج الجيد.
- عدم القدرة على اتخاذ موقف طبيعي تجاه نفسه و بالتالي عدم قدرته على قبول نفسه.
- عدم القدرة على مواجهة الضغوط بطريقة ايجابية.
- عدم قدرة الأفراد على إدارة شؤون حياتهم بشكل مستقل.
- اكتساب قدرات لفظية عدوانية واستخدامها كوسيلة لحل النزاعات.
- عدم القدرة على حل المشكلات الشخصية دون تردد أو إحباط. (فارس، 2015، ص 45)

4.1.3. أنواع العنف

يتخذ العنف عدة أنواع، نذكر منها:

- العنف الجسدي:

يقصد بالعنف الجسدي استخدام القوة البدنية لإلحاق الأذى بالآخرين، ويعد أكثر أشكال العنف وضوحاً وانتشاراً حيث يتمثل في أفعال مثل الضرب أو الدفع أو الحرق أو التهديد بالأسلحة أو القتل، ويمكن أن يتسبب الفعل بضرر نفسي أو عقلي طويل المدى ويتم هذا النوع من العنف باستخدام اليدين والأرجل والأدوات. (براندي كراز، 2014، ص 28)

- العنف النفسي:

العنف النفسي هو كل سلوك يؤدي إلحاق ضرر نفسي للفرد وهذا وفق معايير مجتمعية ومعرفية، ويمارس هذا العنف من طرف شخص أو مجموعة من الأشخاص الذين يمتلكون القوة والسيطرة مما يؤثر سلباً على الجوانب السلوكية، الوجدانية، الذهنية والجسدية للضحية ويتجسد العنف النفسي في عدة مظاهر منها: الاهانة، التخويف، التهديد، العزلة، الاستغلال، البرود العاطفي واللامبالاة، فرض الآراء بالقوة على الآخرين أو التقليل من الفرد أو تحميله الشعور بالذنب. (نبهان، 2008، ص 17)

- العنف الرقمي:

يعرف العنف الرقمي بأنه "السلوك المعتمد الذي يقوم به الفرد أو مجموعة أفراد عبر إحدى تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي وأدواتها المختلفة بهدف الإيذاء المادي أو المعنوي للآخرين" (فريد سالي وآخرون، 2023، ص 4).

الفصل الثاني.....الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

كما يشير إلى " كل السلوكيات المعتمدة و المتكررة التي تكون على شكل مضايقات أو إهانة أو تهديد شخصية من خلال الأجهزة الإلكترونية، وقد يكون المتعدي مجهول الهوية ومن خصائصه عدم استطاعة الضحايا الدفاع عن أنفسهم بسهولة"(وسار نوال، 2021، ص ص 260-261).

- العنف المادي:

يعتبر العنف المادي أحد أنواع العنف الذي يلحق أضراراً ملموسة بالملكات، مثل حرق وتهديم البنايات العمرانية والمنشآت الاقتصادية، وسرقة الأشياء أو تخريبها وإتلافها(حجاب، 2003، ص52).

- العنف الاعلامي:

يشير المركز الكندي في إحدى الدراسات لوسائل الاعلام (التلفزيون) أنه كل اعتداء نفسي أو أخلاقي أو أي فعل يتسبب في حالة نفسية غير مرغوب فيها مثل القلق، الخوف، الإهانة... أيكل الحالات المولدة للشعور غير الفيزيقي. وهو يشمل كل عمل إعلامي يحتوي مظاهر وألفاظ... يتنافى مع السلوك السوي للانسان(دليو،

2015، ص ص 260-261)

2.3. مفهوم العنف اللغوي

يعبر العنف اللغوي عن كل سلوك مباشر أو غير مباشر يقوم على إيذاء الآخرين ويترك أثر طويل الأمد في النفس والمجتمع. وسنتطرق في هذا الجزء إلى تعريف العنف اللغوي وأشكاله وأسبابه وآثاره.

1.2.3. تعريف العنف اللغوي

تري مدرسة كلودين مويز أن العنف اللغوي مجموعة الممارسات اللغوية المهددة التي تشعر بأنها انتهاكات ضد الشخص كفرد وعضو في مجموعة (الكعبي، 2025، ص 76).

كما يشير العنف اللغوي إلى كل معنى مباشر أو موحى أو علامة بصرية تحليل في تفسير لغوي تقصده الذات في استهداف الآخر موقفا وسلوكا، والأمر ليس غريبا فحينما يسمع فرد ما كلاما يثير حفيظته ويبعث غضبه الطبيعي، فإن نوازع الذات تتحرك بعنف ما قد يكون جسديا بسبب ذلك العنف اللغوي للفهم الحرفي، لأن عنف المشاعر والغضب ومشاعر الذنب حالما تفسرها بالمعنى الحرفي للغة تصبح عنفا مؤلما ذا طبيعة جسدية (الخليل، 2016، ص 227).

وقد وصف محمد عبد العاطي العنف اللغوي بأنه "مجموعة الرموز اللغوية الممارسة بعنف ضد الآخرين، والتي من شأنها أن تنتهك حرمة اللغة التواصلية والقيمية وتخرجها عن وظيفتها الاجتماعية". (ناجمة، 2020، ص 28)

كما عرف العنف اللغوي أنه نمط الاستعمالات اللغوية التي تتعدى الوظيفة التواصلية للغة إلى جعلها أداة بناء الخطابات، تضمر الإكراه والكراهية وتستبطن التحريض وتتجاوز الأثر اللحظي إلى تشكيل واقع نفسي أو ديني أو سياسي أو اجتماعي وفق رؤية إيديولوجية في سياق تداول معين. (الكعبي، 2025، ص 77)

2.2.3. أشكال العنف اللغوي

1.2.2.3. العنف اللغوي اللفظي

يعتبر العنف اللفظي من أشكال العنف المباشر الذي يقوم بإيذاء الآخرين عن طريق الكلمة سواء بالسب أو بالاستهزاء أو التتمر يترك أثر نفسي طويل المدى. حيث وُصِف بأنه كل سلوك نفسي لفظي عنيف أو كلام في غير محله أو صراخ غير عادي. (بوحفص، 2018، ص 40)

كما أشار مراد بن حرز الله(2011) إلى أن العنف اللفظي يتضح من تسميته فيكون عن طريق اللفظ حيث يهدف إلى التعدي على حقوق الآخرين بإيذائهم عن طريق الكلام والألفاظ الغليظة.

وفي نفس السياق العنف اللفظي هو سلوك منطوق أو مكتوب يتخذ طابعا هجوميا أو هرميا أو دفاعيا يمارسه الفرد أو جماعة أو هيئة أو غائبه مقابل حاضره عند حصول ضرر مادي أو معنوي كما يعرف استجابة صوتية ملحوظة مثيرا ويضر بمشاعر الآخرين. (بوجدامي، 2021، ص 24)

كما توضح أن العنف اللفظي هو " تلك العبارات والألفاظ التي تلحق الضرر المعنوي بالفرد المقابل، وقد يكون له الأثر العميق على الضحية وسببا في إشعال نار العنف بمختلف أشكاله. وأن العنف اللفظي هو إلحاق الأذى بشخص آخر عن طريق سبه أو لومها أو نقده أو السخرية. (عبد المعطي، 2001، ص

(44)

ويتجسد العنف اللفظي في عدة أشكال منها:

- **السب والشتم:** يعرف الشتم بأنه الكلام القبيح والسب شتم لمن هو أعلى وأدنى، إذ الشتم يسبب ضررا كبيرا

في عملية النمو النفسي عند التلميذ المتمدرس، وثقته بقدراته، إذ أنه بحاجة ماسة إلى كل الدعم والتشجيع

الذي يمكن أن يحصل عليه بلا شك. (بن ققة ، 2014، ص ص 86-87)

الفصل الثاني.....الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

- التمر اللفظي: هو أحد أشكال التمر شيوعا و تأثيرا لدى الذكور والاناث في مختلف المراحل التعليمية ويمكن تعريفه بأنه "هجوم أو تهديد من الشخص يقصد به الاذى عن طريق السخرية والتقليل من شأن الآخرين وانتقاد الآخرين نقدا قاسيا والتشهير بالأشخاص والابتزاز والاتهامات الباطلة والاشاعات واطلاق بعض الالقاب المبنية على أساس الجنس والعرق أو الدين أو الطبقة الاجتماعية أو الإعاقة" ويمارس المتمر هذا النوع من التمر بهدف التأثير على تقدير الذات لدى الضحية حيث يمارس أمام مجموعة أفراد. (أبو الديار، 2012، ص 58)

2.2.2.3. العنف اللغوي غير اللفظي

يعد العنف غير اللفظي أو ما يصطلح عليه بـ "العنف الرمزي" من أشكال العنف غير المباشر التي تمارس بطريق خفية تحمل معاني الإهانة أو التهميش والسيطرة، ويؤثر نفسيا واجتماعيا على الفرد. وفي هذا السياق، يصفه عالم الاجتماع بيار بورديو بقوله "العنف الرمزي هو نوع من عنف هادئ غير ظاهر، أي كامن أو الخفي أو المقنع، وهو عنف يمارس عبر طرائق أو وسائل رمزية خاصة أي عبر التواصل وتلقين المعرفة والاعتراف ويرتبط العنف الرمزي بالسيطرة والهيمنة مثل اللغة و الصور والارشادات والدلالات والمعاني. إلخ.

كما يعرف العنف غير اللفظي بأنه العنف الذي يمارس فيه سلوك يرمي إلى تحقير الآخرين أو استنزاهم كالامتناع عن رد السلام أو تجاهل الفرد والازعاج من خلال الاستهزاء والسخرية بحركات أو نظرات أو غيرها. (كريستيان و شوفالييه، 2013، ص 28)

وفي نفس السياق يأخذ العنف غير اللفظي بعدا غير مباشر وذلك عندما يعجز الفرد عن مواجهة مصدر استنزاهه الحقيقي حيث يوجه طاقته العدوانية نحو أحد الرموز المرتبطة بالموضوع الأصلي المثير

الفصل الثاني.....الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

للاستجابة العدوانية، بدلا من توجيهها للموضوع ذاته، فمثلا في البيئة التعليمية عندما لا يستطيع الطالب أن يوجه عنفه إلى المدرس بسبب أو لآخر فإنه يوجهه إلى سيارته أو إلى أحد ممتلكات المدرسة وهكذا. (النيرب، 2008، ص57)

هذا النوع من العنف يسميه علماء النفس العنف التسلطي وذلك للقدرة التي يتمتع بها الفرد الذي هو مصدر هذا النوع من العنف، والمتمثلة في استخدام طرق رمزية تحدث نتائج نفسية وعقلية واجتماعية لدى الموجه إليه هذا النوع من العنف، وهو يشمل التعبير بطرق غير لفظية كاحتقار الآخرين أو توجيهها لاهانة لهم أو الامتناع عن النظر إلى الشخص الذي يكن له العداء اي تجاهل وجوده. (بحري و نازك، 2015، ص53)

3.2.3. أسباب العنف اللغوي في الجامعة

تتداخل وتتعدد أسباب العنف اللغوي في البيئة الجامعية لتشمل أبعاد أسرية واقتصادية ومؤسسية وذاتية، تسهم مجتمعة في تشكيل سلوك غير سوي.

ويبرز دور التنشئة الأسرية كعامل أساسي حيث يرى بعض الباحثين أن حرمان الأبناء من الدفء العاطفي يعد سببا رئيسيا للشعور بالعداوة والعزلة والقلق مما يدفعهم الى تبني سلوكيات لفظية عدوانية. كما أن استخدام الأهل لتعابير تمجد العنف بوصفها وسيلة للتربية والتأديب، والتي قد تعدفي بعض البيئات مصدرا للمفاخرة، مما يدفع الأبناء إلى تقليد هذه السلوكيات دون الوعي بأثارها السلبية. (الكوني ، 2019، ص9)

وتتفاقم هذه المشكلة نتيجة التنشئة الخاطئة المتمثلة في كثرة الخلافات الأسرية، وضعف الرقابة، وتفكك الروابط العائلية، فضلا عن غياب التواصل بين الأسرة والجامعة وعدم اهتمام الأولياء بمتابعة المسار الدراسي لأبنائهم. (شنافي، 2012، ص231) .

الفصل الثاني.....الأسس النظرية للحملة الإعلامية والعنف اللغوي

إلى جانب ذلك، تساهم المشاكل الاقتصادية في انتشار العنف اللغوي؛ إذ يعد انخفاض الدخل وعدم القدرة على تلبية احتياجات الأبناء من أبرز العوامل المؤدية الى ظهور السلوك العدواني، و هذا ما يترتب عنه من شعور بالاحباط والعزلة وفقدان الاحساس بالأمان، الأمر الذي يولد حالة من التوتر وعدم الاستقرار النفسي لدى الطلبة. (نشأة، 2009، ص 14)(شنافي، 2012، ص 232)

أما على مستوى البيئة الجامعية، فإن الطالب يجد نفسه عند بداية مساره الدراسي في الجامعة أمام عالم جديد له قوانين وتعليمات عليه أن يحترمها تختلف عن السلوكيات التي اكتسبها في بيئته الاجتماعية الاولى. (الكوني ، 2019، ص 11)

ويفسر وولر (waller) أن وجود صراع داخل الجامعة بين الأساتذة و الطلبة الذين يرفضون بعض الأحكام و القوانين، يؤدي الى ظهور أشكال مختلفة من العنف (عبد الكاظم، 1996، ص 56). كما تسهم الجامعة أحياناً في تفاقم الظاهرة من خلال ضعف التواصل مع الاسرة، واقتصار هذا التواصل على حالات المشكلات أو العقوبات إضافة الى عدم الإهتمام بالأنشطة الثقافية والرياضية التي تملئ أوقات فراغ الطالب وتشبع حاجاته النفسية والاجتماعية. ويضاف إلى ذلك التمييز في المعاملة والمحابة من قبل بعض الاساتذة، فضلاً عن ضعف التحصيل الدراسي، مما يؤدي الى شعور الطالب بالاحباط وجعلهم اكثر عرضة للمشاجرات والتصرفات السلبية.

وترتبط هذه الظاهرة كذلك بعوامل ذاتية ونفسية تخص الطالب نفسه، إذ أن غياب الحلول للمشكلات الأسرية أو الجامعية قد يدفعه إلى التمادي في ارتكاب السلوك غير السوي. كما يعاني بعض الطلبة من الكبت المستمر، والشعور بالدونية والنقص، وضعف الاندماج والتكيف مع المجتمع الجامعي إضافة إلى ضعف قدرتهم على استخدام أساليب الإقناع والتعامل في المواقف الصعبة. ونتيجة لذلك قد يميل الطالب

إلى إهمال دراسته والانشغال بسلوكيات سلبية كنوع من التعويض عن مشاعر الإحباط أو الفراغ. (شنافي، 2012، ص 233).

مما سبق، يمكن القول أن العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي ليس له سبب واحد بل نتيجة لتفاعل مجموعة من العوامل الأسرية والاقتصادية والمؤسسية والنفسية التي تؤثر بشكل مباشر في سلوك الطلبة داخل الحرم الجامعي.

4.2.3. أثار العنف اللغوي على الجامعة

للغف اللغوي أثار سلبية عميقة ومتشعبة على البيئة الجامعية؛ فالغف بطبيعته يولد مزيداً من الغف ويؤدي إلى إلغاء وجود العقل وتحكيمه. وينعكس مباشرة على المحيط الأكاديمي والاجتماعي حيث يتسبب في اضطراب العلاقات الاجتماعية بين الطلبة من جهة، وبين الطلبة وأساتذتهم من جهة أخرى، فضلاً عن خلق بيئة مشحونة بالخلاف والغيرة والحسد، وقد يمتد هذا الخل ليصل إلى اضطراب العلاقات داخل الأسرة وتفككها.

وعلى الصعيد النفسي والشخصي يعاني الفرد المعرض للغف من الإحباط والانطواء على الذات، وضعف الثقة بالنفس والقلق وتسيطر عليه مشاعر التهرب، العجز والشعور بالفشل، والاضطهاد مما يفقده القدرة على تحمل المسؤولية. وتؤدي هذه التراكمات إلى ظهور مشكلات نفسية وسلوكية طويلة الأمد، قد تؤدي إلى انحرافات وسلوكيات شاذة وغريبة على المفهوم العام.

وبشكل أوسع، يمتد هذا التأثير على حياة الفرد وماله وعرضه، ويحرمهم من ممارسة حقوقه ويفقده حريته الفردية مخلفاً وراءه تداعيات خطيرة على الجوانب النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، السلوكية والقومية، سواء لدالفرد أو لدى المجتمع بأكمله. (العرو و عبد السلام، 2005، ص ص 20-

خلاصة الفصل

في ختام الفصل النظري، نستخلص أن ظاهرة العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي تعد من أبرز المشكلات التي تواجه الطلبة ومختلف الفاعلين في الجامعة من أساتذة وموظفين وإداريين وعمال، وتؤثر سلباً على علاقتهم بالمحيط الجامعي، حيث ساهمت عدة عوامل نفسية واجتماعية وثقافية في انتشار هذه الظاهرة وتفاقمها، كما تنعكس الظاهرة بشكل مباشر على المناخ الجامعي وتؤثر على التحصيل العلمي والاستقرار النفسي للطلبة، الأمر الذي استدعى ضرورة تكثيف الجهود التوعوية والإعلامية للحد من هذه الظاهرة من خلال تنظيم حملات إعلامية وتحسيسية تهدف إلى نشر ثقافة الحوار والاحترام والتواصل الإيجابي داخل جامعة.

الفصل الثالث:

الجانبا التطبيق قىالحملة الإعلانية

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للحملة الإعلامية

1. مرحلة ما قبل تصميم الحملة الإعلامية

1.1. التعريف بموضوع الحملة الإعلامية

تمحور موضوع الحملة حول ظاهرة العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي وانعكاسها السلبي على الطلبة و المحيط الجامعي ككل.

وتستهدف الحملة الإعلامية التي قمنا بتصميمها إلى توعية الجمهور المستهدف من الحملة، والمتمثل بشكل أساس في الطلبة إضافة إلى الأساتذة والإداريين والعمال، بخطورة العنف اللغوي داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وكيف يمكن الحد منه من خلال تشجيع ثقافة الاحترام و الحوار بين الطلبة لخلق بيئة جامعية يسودها الاحترام والتفاهم.

2.1. تحديد نوع الحملة الإعلامية

بما أن موضوع حملتنا يتمحور حول خطورة العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي، اخترنا حملة إعلامية توعوية تحسيسية لأنها تهدف إلى توعية الطلبة بخطورة الكلمة والعمل على تحسيسهم بالمساوئ والآثار السلبية للموضوع سواء على طالب أو الدكتور أو العامل، وذلك من خلال استعمال أدوات (ملصق، مطويات، فيديوهات) تعمل على تغيير السلوك والحد من الظاهرة، إضافة إلى استهدافهم إلكترونياً عبر مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الطلبة.

3.1. تحديد أهمية الحملة الإعلامية

تتلخص أهمية حملتنا الإعلامية في مجموعة من النقاط وهي كالتالي:

- نشر الوعي بين الطلبة حول خطورة العنف اللغوي والكلمة.
- تغيير سلوك الطلبة من السلبي إلى الإيجابي.
- خلق روح المسؤولية لدى الطالب تجاه كل من في البيئة المحيطة به.
- التقليل من العنف اللغوي في الوسط الجامعي قدر المستطاع.
- تحسين البيئة الجامعية وجعلها راقية بالحوار والتواصل البناء.
- التذكير أن ديننا نهانا على قول الكلام الفاحش.
- نشر فكرة أن الجامعة محمد بوضياف بالمسيلة مكان للعلم وليست مكان للعنف والصراعات، وتحفيز الطالب على التبليغ في حالة تعرضه للعنف.

4.1. تحديد أهداف الحملة الإعلامية

يتمثل الهدف الرئيسي للحملة الإعلامية في الحد من ظاهرة العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، من خلال تنفيذ حملة إعلامية توعوية تستهدف جميع الطلبة ،بهدف نشر ثقافة الحوار والتواصل الإيجابي داخل الوسط الجامعي خلال الموسم الجامعي 2025-2026.

أما الأهداف الفرعية فتتمثل فيما يلي:

- رفع مستوى الوعي لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة بخطورة العنف اللغوي وآثاره النفسية والاجتماعية ، من خلال منشورات توعوية وملصقات ووسائط رقمية طيلة فترة الحملة.

- تعريف الطلبة بمختلف أشكال العنف اللغوي، مثل السب والسخرية والتنمر اللفظي، عبر تنظيم أنشطة تحسيسية داخل جامعة محمد بوضياف خلال مدة الحملة.
- تعزيز قيم الاحترام والتسامح والتواصل الحضاري بين الطلبة والأساتذة والإداريين والعمال من خلال نشر رسائل توعوية طوال فترة تنفيذ الحملة.
- تقليل مظاهر التنمر والمضايقات اللفظية داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، عبر تشجيع الحوار الإيجابي والتواصل السليم بين أفراد الأسرة الجامعية.
- خلق بيئة آمنة ومريحة داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة من خلال إشراك مختلف فئات الأسرة الجامعية في أنشطة الحملة التوعوية.
- تحفيز الطلبة على التبليغ عن حالات العنف اللغوي داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة عبر نشر معلومات حول طرق التبليغ والتعامل التربوي والقانوني مع هذه السلوكيات خلال فترة الحملة.
- توضيح الآثار السلبية للكلام الجارح والفاحش على العلاقات الاجتماعية والتحصيل الدراسي من خلال إنتاج محتوى إعلامي توعوي موجه لطلبة جامعة المسيلة طيلة مدة الحملة.

5.1. تحديد الجمهور المستهدف

عند القيام بأي حملة إعلامية يتوجب علينا تحديد الجمهور المستهدف الذي يستقبل رسالتنا الإعلامية. والجمهور المستهدف من حملتنا الإعلامية يمكن تقسيمه كما يلي:

- الجمهور الأولي:

يتمثل الجمهور الأولي لحملتنا الإعلامية في جميع الطلبة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة المسجلين خلال الموسم الجامعي (2026/2025) سواء كانوا ذكورا أو إناثا في مختلف الكليات والأقسام والتخصصات لأنهم الفئة الأكثر تواجدا وتفاعلا داخل القاعات والمدرجات والساحات الجامعية.

- الجمهور الثانوي:

يتمثل الجمهور الثانوي لحملتنا الإعلامية في الأساتذة والإداريين والعمال وذلك من أجل إبراز دورهم التوعوي والتربوي في تعزيز البيئة الجامعية. فالجامعة قائمة على الاحترام والانضباط، كما يبرز دورهم في المساهمة في دعم أهداف الحملة وتثبيت قيم التواصل الحضاري لدى الطلبة.

6.1. تحديد الوسيلة

1.6.1. الملصق

الملصق هو وسيلة اتصال بصرية تستخدم لتوصيل رسالة معينة الى جمهور المستهدف بشكل مختصر وجذاب عن طريق شعارات والوان تلصق على الحائط ن خلال جمع العناصر النصية والمائية وجعل شكل ملصقات يهدف الى لفت الانتباه وإثارة الاهتمام لتحقيق أغراض محددة مثل التوعية أو الترويج أو الإعلان(سالم، 2005، ص185)

2.6.1. المطوية

يعرف الباحث سليم خليف فهد المطويات بأنها "شكل من أشكال الإشهار وأداة من الأدوات المستخدمة من طرف المعلنين في التواصل. وهي تستعمل للإشهار والإعلان والتواصل مع عملائها". (khulaie, 2012, p. 555)

3.6.1. الفيديو

يعتبر الفيديو من الوسائل السمعية البصرية الحديثة التي تعتمد على دمج الصورة المتحركة مع الصوت من أجل إيصال الرسائل الإعلامية والتأثير في الجمهور المستهدف، ويستخدم في الحملات الإعلامية والتوعوية لقدرته على جذب الانتباه وتوضيح الأفكار بطريقة مباشرة وفعالة.

2. مرحلة تصميم الحملة الإعلامية

1.2. طابع الرسالة

بما أن حملتنا الإعلامية تتمحور حول ظاهرة العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي، فقد اعتمدنا في صياغة الرسالة الإعلامية على أسلوب النصيح والإرشاد والتوعية والتحسيس، باعتبار أن الموضوع يرتبط بسلوكيات تؤثر سلبًا على الطلبة وعلى المناخ الجامعي بشكل عام.

كما أن الحملة تهدف إلى نشر ثقافة الاحترام والحوار داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وتوعية الطلبة بخطورة الكلمة وآثارها النفسية والاجتماعية والأكاديمية، إضافة إلى تشجيعهم على تبني التواصل الإيجابي والابتعاد عن العبارات الجارحة والتنمر والسخرية.

وقد ركزت الرسالة الإعلامية على مخاطبة وعي الطلبة وإقناعهم بأن الكلمة تعكس أخلاق وهوية الفرد، وهو ما جسده العبارة الرئيسية للحملة: "كلمتك.. هي هويتك".

2.2. نبذة الرسالة

اعتمدت الحملة على نبرة جادة وتوعوية وتحفيزية في الوقت نفسه، حيث تم توجيه الرسالة بأسلوب مباشر يبرز خطورة العنف اللغوي داخل الوسط الجامعي وآثاره السلبية على العلاقات الاجتماعية والحالة النفسية والتحصيل الدراسي للطلبة.

كما ركزت نبرة الرسالة على التحسيس بأهمية الاحترام المتبادل والتسامح، مع الدعوة إلى التحلي بالسلوك الحضاري والتواصل الراقي داخل الحرم الجامعي.

3.2. محتوى الرسالة

تمحور محتوى الرسالة الإعلامية في حملتنا الإعلامية حول توعية الطلبة بشكل أساسي بخطورة العنف اللغوي داخل الجامعة، والتأكيد على أن الكلمة قد تترك آثارا نفسية واجتماعية عميقة على الفرد.

كما تضمنت الرسالة شرحا مبسطا لمفهوم العنف اللغوي وأشكاله وأسبابه وآثاره، مع تقديم مجموعة من النصائح والإرشادات التي تساعد على تعزيز ثقافة الحوار والاحترام والتواصل الإيجابي بين الطلبة.

إضافة إلى ذلك، سعت الحملة أيضا إلى تشجيع الطلبة على التبليغ عن حالات العنف اللغوي وعدم الصمت عنها، مع إبراز أهمية الدعم النفسي والتعاون الجماعي من أجل خلق بيئة جامعية يسودها الأمن والاحترام.

4.2. مضمون الملصق

- خلفية الملصق:

الفصل الثالث..... الجانب التطبيقي للحملة الإعلامية

تماختيار ألوان الملصق بعناية بما يتناسب مع موضوع الحملة الإعلامية حول العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي، حيث تم توظيف مجموعة من الألوان التي تحمل دلالات نفسية واتصالية تساعد على إيصال الرسالة التوعوية للجمهور المستهدف.

فقد استُخدم اللون الأبيض كخلفية أساسية للملصق، لما يحمله من دلالات ترتبط بالهدوء والسلام والوضوح، وهو ما يعكس الهدف الرئيسي للحملة والمتمثل في نشر بيئة جامعية آمنة يسودها الاحترام والتفاهم بعيدا عن العنف اللغوي.

كما تم اعتماد اللون الذهبي في بعض العناصر والزخارف لإضفاء طابع من الرقي والقيمة والاحترام، باعتبار أن الحملة تدعو إلى التحلي بالأخلاق الراقية واعتماد لغة محترمة داخل الوسط الجامعي.

أما اللون الأحمر فقد استُخدم في بعض العبارات والرموز التحذيرية لأنه يرمز إلى الخطر والتنبية، وذلك من أجل لفت انتباه الطلبة إلى خطورة العنف اللغوي وآثاره النفسية والاجتماعية، وتحفيزهم على تجنب هذا السلوك السلبي.

في حين استُخدم اللون الأسود في كتابة الشعار والعناوين الأساسية لأنه يرمز إلى الجدية والقوة والوضوح، كما يعكس أهمية الموضوع وحساسيته داخل المجتمع الجامعي، ويساهم في جذب انتباه المتلقي وإبراز الرسائل الأساسية للحملة بطريقة قوية ومؤثرة.

- الجهات المشاركة في الحملة:

الفصل الثالث..... الجانب التطبيقي للحملة الإعلامية

لإضفاء الطابع الرسمي والمصادقية على الحملة، تم إدراج شعار جامعة محمد بوضياف بالمسيلة باعتبارها الجهة المشرفة على الحملة، إلى جانب قسم علوم الإعلام والاتصال، مما يعزز ثقة الجمهور المستهدف بمضمون الرسالة الإعلامية.

- وسط الملصق:

تم وضع صورة طالب يصرخ بطريقة غاضبة للتعبير عن السلوك العدواني اللفظي الذي تسعى الحملة إلى الحد منه، حيث تعكس الصورة التأثير السلبي للكلمات الجارحة داخل الحرم الجامعي.

وفي وسط الملصق كتب عنوان الحملة: "حملة إعلامية حول العنف اللغوي في الجامعة" بخط واضح، مع إبراز الشعار الرئيسي: "كلمتك.. هي هويتك" بخط عريض لجذب الانتباه وترسيخ الرسالة في ذهن المتلقي.

- شعار الحملة:

نظرا لأهمية موضوع الحملة الإعلامية وتأثيره المباشر على الطلبة، تم اختيار شعار: "كلمتك.. هي هويتك" لأنه يعبر بصورة مختصرة وعميقة عن مضمون الحملة، ويربط بين أخلاق الفرد وطريقة حديثه مع الآخرين.

وقد كتب الشعار باللون الأسود والذهبي وبخط عريض، حيث يرمز اللون الأسود إلى الجدية والقوة، بينما يرمز الذهبي إلى القيم الراقية والاحترام.

- المدة:

تم تحديد الفترة الزمنية للحملة الإعلامية التي قمنا بتصميمها من 10 ماي إلى 25 ماي، وهي مدة كافية لنشر الرسائل التوعوية وتحقيق التفاعل داخل الوسط الجامعي.

- كتابة رسائل ثانوية:

تضمن الملصق مجموعة من الرسائل التوعوية الثانوية مثل:

- لغة الاحترام عنوان الحضارة
- اختر كلماتك
- جامعتنا مساحة آمنة
- لا للعنف اللغوي... نعم للغة الاحترام والوعي

وقد هدفت هذه الرسائل إلى مخاطبة وعي الطلبة وتحفيزهم على تغيير سلوكهم واعتماد لغة الحوار والاحترام.

- أسفل الملصق:

في أسفل الملصق تم إدراج معلومات التواصل الخاصة بالدعم النفسي والتبليغ، مثل رقم المرشد النفسي والبريد الإلكتروني الخاص بشكاوى الطلبة، وذلك لتشجيع الطلبة على طلب المساعدة أو التبليغ عن أي سلوك عنيف داخل الجامعة.

كما أضيف رمز QR لتسهيل الوصول إلى معلومات إضافية حول الحملة.

5.2. مضمون المطوية

نظرا لأهمية موضوع العنف اللغوي وتشعب أبعاده النفسية والاجتماعية والأكاديمية، تم اختيار المطوية كوسيلة اتصالية مناسبة لتقديم معلومات أكثر تفصيلاً حول الظاهرة.

وقد وقع الاختيار على المطوية لأنها تسمح بالتواصل المباشر مع الطلبة داخل الحرم الجامعي، كما تساعد على تقديم معلومات مختصرة وواضحة بطريقة سهلة وجذابة.

- واجهة المطوية:

تضمنت واجهة المطوية شعار جامعة محمد بوضياف بالمسيلة وعنوان الحملة، إضافة إلى صورة الطالب الذي يصرخ، وذلك من أجل جذب انتباه القارئ منذ الوهلة الأولى.

كما تم توظيف اللونين الأبيض والذهبي للحفاظ على الهوية البصرية للحملة وإضفاء طابع من الرسمية والهدوء.

- خلفية المطوية:

اعتمدت المطوية على خلفية بيضاء مع لمسات ذهبية وسوداء، حيث ساهم اللون الأبيض في وضوح المعلومات وسهولة القراءة، بينما أضفى اللون الذهبي لمسة جمالية تعبر عن الاحترام والرفي.

- عنوان الحملة:

تم كتابة عنوان الحملة بخط واضح وبارز مع التركيز على الشعار الرئيسي: "كلمتك.. هي هويتك" لجذب انتباه الطلبة وإيصال الفكرة الأساسية للحملة بسرعة.

- الشعار:

الفصل الثالث..... الجانب التطبيقي للحملة الإعلامية

ساهم الشعار في ترسيخ هوية الحملة وتلخيص رسالتها في عبارة قصيرة وسهلة التذكر، كما لعب دورا مهما في جذب انتباه الجمهور المستهدف وتحفيزه على التفاعل مع الحملة.

- توقيع الحملة:

تم وضع شعار الجامعة وقسم علوم الإعلام والاتصال باعتبارهما الجهتين المسؤولتين عن الحملة، وذلك لإضفاء المصداقية والطابع الرسمي على المطوية.

- وقت الحملة:

تم تحديد مدة الحملة من 10 ماي إلى 25 ماي 2026، وهي مدة تسمح بتنفيذ الأنشطة التحسيسية داخل الحرم الجامعي. و تزامنت مع فترة الامتحانات الجامعية، وهي مرحلة تعرف عادة بارتفاع مستوى الضغط النفسي والتوتر لدى الطلبة، مما قد يزيد من انتشار السلوكيات العدوانية والعنف اللغوي داخل الوسط الجامعي.

ومن هذا المنطلق، جاءت الحملة في توقيت مناسب بهدف التخفيف من حدة هذه السلوكيات، ونشر ثقافة الاحترام والتواصل الإيجابي بين الطلبة خلال فترة الامتحانات، إضافة إلى توعيتهم بأهمية التحكم في الانفعالات واختيار الكلمات المناسبة رغم الضغوط النفسية والدراسية.

- محتوى المطوية:

تضمنت المطوية مجموعة من المحاور الأساسية المتعلقة بظاهرة العنف اللغوي، تمثلت في:

- تعريف العنف اللغوي
- أشكال العنف اللغوي
- أسباب العنف
- آثاره النفسية والاجتماعية والأكاديمية
- كيفية التصرف في حالة التعرض للعنف
- الجانب القانوني

كما تم تدعيم المطوية بصور وأيقونات توضيحية لتسهيل فهم المعلومات وكسر كثافة النصوص، إضافة إلى إدراج عبارات تحفيزية تدعو إلى الاحترام والتسامح والتواصل الراقي داخل الجامعة.

6.2. تحليل محتوى الفيديو

يعتبر الفيديو من أهم الوسائل السمعية البصرية المستخدمة في الحملات الإعلامية، لأنه يجمع بين الصورة والصوت والحركة، مما يساعد على جذب انتباه الجمهور والتأثير فيه بشكل أكبر. وقد تم تصميم فيديو الحملة الإعلامية حول العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي بهدف توعية الطلبة بخطورة الكلمات الجارحة وآثارها النفسية والاجتماعية، مع الدعوة إلى نشر ثقافة الاحترام والتواصل الإيجابي داخل الجامعة .

- مضمون الفيديو:

تضمّن الفيديو مجموعة من المشاهد التي تُظهر بعض مظاهر العنف اللغوي داخل الوسط الجامعي، مثل الصراخ والسخرية والإهانة اللفظية، وذلك لتجسيد الواقع الذي قد يعيشه بعض الطلبة داخل الجامعة . كما احتوى الفيديو على عبارات توعوية وتحفيزية، مثل: "كلمتك.. هي هويتك" "لغة الاحترام عنوان الحضارة" "لا للعنف اللغوي" وذلك من أجل ترسيخ الرسالة الأساسية للحملة في ذهن المتلقي.

- دلالة الألوان:

تكمّن أهمية الألوان في الفيديو في قدرتها على التحكم في نفسية المشاهد وتوجيه نظره بشكل مباشر لرسالة التي نريد إيصالها دون الحاجة للكلام.

اللون الأسود: تم توظيف في تصميمي الفيديو للدلالة على الجدية وخطورة الظاهرة.

اللون الذهبي: استُخدم هذا اللون للتعبير عن الاحترام والرقى.

اللون الأبيض: ويرمز هذا اللون إلى الهدوء والسلام داخل البيئة الجامعية.

- الموسيقى والمؤثرات الصوتية:

الموسيقى في الفيديو مهمة وذلك لقدرتها الفائقة على تحريك مشاعر المشاهد وتوجيه تركيزه، حيث يرى الخبراء وصناع المحتوى أن الموسيقى التصويرية الناجحة تمثل نصف قوة أي عمل مرئي.

وتم الاعتماد على موسيقى هادئة وحزينة نسبيا في بعض المشاهد، وذلك من أجل التأثير النفسي

في الجمهور وإبراز المعاناة التي يسببها ممارسة العنف اللغوي للطلبة.

- طريقة الإخراج والمشاهد:

اعتمد الفيديو على مشاهد واقعية تُشبه المواقف اليومية داخل الجامعة، مع التركيز على تعبير الوجه وحركات الشخصيات لإيصال المشاعر بشكل واضح، مما ساعد على زيادة التأثير والإقناع.

- الهدف الاتصالي للفيديو:

يهدف الفيديو إلى التأثير في سلوك الطلبة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة وتوعيتهم بأهمية احترام الآخرين وتجنب الكلمات الجارحة، إضافة إلى تشجيعهم على اعتماد الحوار والتواصل الراقي داخل الحرم الجامعي. ولتحقيق هذا الهدف اعتمدنا في تصميم الفيديو على عرض محاكاة لمواقف اتصالية تبرز أشكال ممارسة العنف اللغوي وآثاره السلبية على نفسية الطالب للعنف اللغوي، وذلك من خلال الحوارات المتضمنة في الفيديو بين الطلبة وبين الطلبة والأستاذة في المدرج أثناء عرض المحاضرة، وموقف آخر في الساحة أثناء قيام بعض الطلبة بالسخرية والاستهزاء من زميلهم في الدراسة.

كما تم استخدام رسائل توعوية تدعو إلى الاحترام ونبذ الإساءة اللفظية، مما يساعد على إقناع الطلبة بخطورة هذه الظاهرة وضرورة الحد منها.

3. مرحلة ما بعد تصميم الحملة الإعلامية

1.3. مدة الحملة الإعلامية

إن تحديد مدة زمنية للحملة الإعلامية يعد من الركائز الأساسية التي تساهم في نجاحها وتحقيق أهدافها، فكلما كانت مدة الحملة مناسبة ومنظمة زادت فعاليتها وتأثيرها على الجمهور المستهدف، كما تسمح بتكرار الرسائل الإعلامية وترسيخها في أذهان المتلقين.

وقد استغرقت حملتنا الإعلامية حول العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي مدة زمنية قدرت بـ 15 يوما، ابتداء من 10 ماي إلى غاية 25 ماي 2026، وهي فترة تزامنت مع إنجاز مذكرة التخرج، كما اعتبرت مدة مناسبة لتنفيذ الأنشطة التحسيسية والتوعوية داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

2.3. تسلسل الوقائع

لسير الحملة الإعلامية تم اتباع مجموعة من المراحل والخطوات التنظيمية من أجل ضمان تحقيق الأهداف المسطرة، وتمثلت فيما يلي:

- مرحلة التنفيذ:

تمثلت هذه المرحلة في إطلاق الحملة الإعلامية داخل الحرم الجامعي من خلال توزيع المطويات وتعليق الملصقات التوعوية في مختلف المرافق الجامعية، خاصة الأماكن التي تشهد تجمعات كبيرة للطلبة، مثل: مداخل الجامعة، الساحات الرئيسية، المكتبة الجامعية والكليات والأقسام.

كما تم التواصل المباشر مع الطلبة أثناء توزيع المطويات من أجل شرح أهداف الحملة وتوعيتهم بخطورة العنف اللغوي وآثاره السلبية على الفرد والمجتمع الجامعي.

وقد لاقت الحملة تفاعلا متفاوتا من طرف الطلبة، حيث أبدى العديد منهم اهتماما بموضوع الحملة وتقبلوا فكرتها، خاصة لما يعانونه من مظاهر السخرية والتهمز اللفظي داخل الوسط الجامعي، في حين رأى البعض أن العنف اللغوي أصبح سلوكا عاديا يصعب التخلص منه بسبب انتشاره في الحياة اليومية ووسائل التواصل الاجتماعي.

ومع استمرار الحملة، بدأ الموضوع يلقي انتشارا وتفاعلا أكبر داخل الجامعة، حيث شارك بعض الطلبة تجاربهم الشخصية المتعلقة بالعنف اللفظي وتأثيره على حالتهم النفسية وثقتهم بأنفسهم، كما عبر آخرون عن أهمية وجود حملات توعوية مماثلة داخل الجامعة من أجل نشر ثقافة الاحترام والتواصل الراقي.

- مرحلة التقييم:

تم خلال هذه المرحلة متابعة مدى تفاعل الطلبة مع الحملة الإعلامية ومدى تحقيقها للأهداف المسطرة، وذلك من خلال ملاحظة تجاوب الجمهور المستهدف مع الرسائل التوعوية ومشاركته في النقاشات المتعلقة بظاهرة العنف اللغوي.

كما ساهمت الحملة في لفت انتباه الطلبة إلى خطورة الكلمات الجارحة وآثارها النفسية والاجتماعية والأكاديمية، إضافة إلى تعزيز ثقافة الحوار والاحترام داخل الحرم الجامعي.

ومن خلال الملاحظات التي تم جمعها أثناء تنفيذ الحملة، تبين وجود وعي متزايد لدى الطلبة بأهمية اختيار الكلمات المناسبة أثناء التواصل مع الآخرين، كما أبدى عدد منهم استعدادهم للمساهمة في نشر ثقافة الاحترام داخل الجامعة.

وقد ساعدت الحملة أيضًا في فتح باب النقاش حول ضرورة توفير بيئة جامعية آمنة خالية من العنف بمختلف أشكاله، خاصة العنف اللغوي الذي قد يؤثر سلبيًا على نفسية الطالب ومساره الدراسي.

وبذلك يمكن القول إن الحملة الإعلامية قد حققت جانبًا معتبرًا من أهدافها المسطرة، من خلال نشر الوعي والتحسيس بخطورة العنف اللغوي، وتشجيع الطلبة على تبني سلوك حضاري قائم على الاحترام والتسامح والتواصل الإيجابي داخل الوسط الجامعي.

- الميزانية:

وقد تم حساب تكلفة الملصق والمطوية في الحملة الاعلامية حول العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي كمايلي:

بالنسبة للتكلفة الكلية المتعلقة بالملصق:

تم حساب التكلفة الكلية الخاصة بالملصقات من خلال ضرب تكلفة الملصق الواحد في العدد الإجمالي للملصقات المستعملة في الحملة الإعلامية.

وقد قُدرت تكلفة الملصق الواحد من حجم A2 بـ 1200.00 دج جزائري، وذلك حسب جودة الطباعة ونوعية الورق والألوان المستخدمة في التصميم.

بالنسبة للتكلفة الكلية المتعلقة بالمطوية:

تم حساب التكلفة الكلية الخاصة بالمطويات من خلال ضرب تكلفة المطوية الواحدة في العدد الإجمالي للمطويات التي تم توزيعها خلال الحملة.

وقد قُدرت تكلفة المطوية الواحدة ما بين 500.00 دج جزائري، حسب جودة الورق المستعمل، وعدد الألوان، ونوعية الطباعة المعتمدة في تصميم المطوية.

الخاتمة

الخاتمة

حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على ظاهرة العنف اللغوي داخل الحرم الجامعي باعتبارها من أبرز المشكلات الاتصالية والسلوكية التي أصبحت تؤثر على العلاقات الاجتماعية والتواصل بين الطلبة داخل الجامعة، لما تتركه من آثار نفسية واجتماعية وأكاديمية سلبية على الفرد والمحيط الجامعي بشكل عام.

ولمعالجة هذه الظاهرة قمنا بتصميم حملة إعلامية توعوية تهدف إلى نشر ثقافة الاحترام والحوار والتواصل الإيجابي بين الطلبة داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وذلك بالاعتماد على وسائل اتصالية متنوعة كالمطويات والملصقات والفيديوهات من أجل إيصال رسائل الحملة وتحقيق أهدافها المتمثلة في التحسيس بخطورة العنف اللغوي والتشجيع على تبني السلوك الحضاري داخل الحرم الجامعي.

وقد بينت الدراسة أن العنف اللغوي لا يرتبط بسبب واحد، وإنما هو نتيجة تداخل عدة عوامل نفسية وأسرية واجتماعية وثقافية وإعلامية، إضافة إلى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي التي ساهمت في توسيع دائرة هذا النوع من العنف وانتشاره بين الطلبة. كما أكدت الدراسة أن ضعف ثقافة الحوار والوعي بأخلاقيات التواصل يعد من أبرز العوامل التي تساعد على استمرار هذه الظاهرة داخل الوسط الجامعي.

كما توصلت الدراسة إلى أن الحملات الإعلامية تعد من أهم الآليات الاتصالية القادرة على التأثير في اتجاهات وسلوكيات الطلبة، خاصة إذا تم إعدادها وتنفيذها بطريقة علمية ومنظمة تعتمد على دراسة الجمهور المستهدف واختيار الرسائل والوسائل المناسبة. لذلك فإن نجاح مكافحة العنف اللغوي داخل الجامعة يتطلب تكاثف جهود مختلف الفاعلين داخل المؤسسة الجامعية من إدارة وأساتذة وطلبة، إلى جانب تنظيم حملات توعوية مستمرة تعمل على ترسيخ قيم الاحترام والتسامح ونبذ العنف بمختلف أشكاله.

وفي الأخير، يمكن القول أن معالجة ظاهرة العنف اللغوي داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة والحد من آثاره لا يتحقق فقط من خلال القوانين والإجراءات الردعية، بل يحتاج كذلك إلى نشر الوعي وتعزيز ثقافة التواصل الإيجابي والحوار بين مختلف الفاعلين في الجامعة بما يساهم في خلق بيئة جامعية آمنة يسودها الاحترام والتفاهم بين جميع أفراد المجتمع الجامعي.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم أكرم نشأة. (2009). علم الإجتماع الجنائي. بيروت: در الثقافة للنشر والتوزيع.
- ابن منظور. (2003). لسان العرب (المجلد 1). لبنان: دار الكتب العلمية بيروت .
- احمد محمد سالم. (2005). المواد والاجهزة التعليمية في منظومة تكنولوجيا التعليم. دار الزهرة للنشر والتوزيع.
- أيوب بريك. (2025). حملة إعلامية حول ظاهرة الهجرة غير الشرعية في الجزائر بعنوان : "مستقبلك هنا ... لا هناك". مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال . جامعة محمد بوضياف المسيلة.
- بركو مزوز. (2010). العنف عند الأطفال وأشكال العقاب الممارس على الطفل العنيف (المجلد 1). القاهرة: المكتبة العصرية لنشر وتوزيع.
- جليل شكور وديع. (1997). العنف والجريمة (المجلد 1). بيروت: دار العربية للعلوم .
- جمال معتوق. (2012). مدخل الى سوسيولوجيا العنف. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- حسين السعران. (2020). معجم إنجليزي عربي للمفردات العلمية والتقنية (المجلد 10). دمشق، سوريا: دار نشر لعلوي.
- سالم علي الكعبي. (2025). العنف اللغوي في الخطاب الراديكالي الإسلامي (المجلد 1). جامعة محمد بن زيد للعلوم الإنسانية.
- سامية بوجدامي. (2020-2021). تأثير العنف اللفظي على التحصيل المدرسي "تلاميذ المرحلة المتوسطة أنموذجاً". مذكرة لنيل شهادة ماستر. تيزي وزو: جامعة مولود معمري.
- سعاد بن ققة . (2014). صورة العنف المدرسي في الصحافة المكتوبة تشخيص للواقع وإقتراح الحلول. 14، الصفحات 85-94.

سمير الخليل. (2016). دليل مصطلحات الدراسات الثقافية والنقد الثقافي إضاءة توثيقية للمفاهيم الثقافية المتداولة. بيروت: دار الكتاب العلمية.

شوفيري كريستيان، و ستفان شوفالييه. (2013). معجم بورديو. الجزائر: دار الجزائر.

شيرين جعريف، و وسام بيرم . (2024). دور الحملات الإعلامية في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من طلبة الحقوق جامعة جيجل. مذكر مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر اكايمي في علوم الإعلام والاتصال. جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل.

طارق بوحفص. (2018). دور الكفالة النفسية في التخفيف من تفاقم العنف اللفظي لدى المتمدرس في مرحلة التعليم الثانوي. مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، 2، الصفحات 37-52.

عائشة فارس. (2015). العنف الأسري وعلاقته بجنوح الأحداث. مذكر لنيل شهادة الماستر. الجزائر: جامعة ألكلي محند أولحاج البويرة.

عبد الله العزيز. (2000). العنف الديمقراطي (المجلد 2). دار نشر بيروت لبنان.

عصام أحمد الكوني . (2019). العنف السائد بين طلبة الجامعات. مجلة كليات التربية، 13، الصفحات 109-132.

علاء الدين وآخرون. (2005). الصحة والعنف المجلس الوطني لشؤون الأسرة. مكتب الاردن عمان: منظمة الصحة العالمية.

عيسى بوكرموش. (2013). إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية دراسة وصفية لإستراتيجية التوعية المرورية -ولاية غرداية نموذجا-. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال - فرع اتصال استراتيجي - جامعة الجزائر 3.

عيسى عبد الكاظم. (1996). التعبير الاجتماعي وتعلم في عراق. دراسة تحليلية لكلية الادب. كلية ادب بغداد.

فريد سالي وآخرون. (2023). العنف الرقمي ضد المرأة مؤشرات ومقترحات. منتدى دراية القاهرة.

فضيل دليو. (2015). العنف في وسائل الاعلام مظاهره وطرق مواجهته. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 14، صفحة 285.

فؤادة عبد المنعم البكري. (2007). التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية (المجلد 1). القاهرة: دار عالم الكتب.

فيتش براندي كراز. (2014). إعداد بيئة أمنة وصحية : إعداد السلامة والصحة المهنية لرجال الأعمال وأصحاب المؤسسات والمدربين. (تسيير الفقي تحرير تي.إل. غيدوتي ترجمة مصطفى، المترجمون) نيويورك، ولايات المتحدة الأمريكية: مطبعة جامعة اكسفورد نيويورك.

ليندة شنافي. (2012). أسباب العنف لدى شباب. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، 26، الصفحات 223-235.

محمد العرود، و سليمان عبد السلام. (2005). العنف الاسري :دوافعه وآثاره وعلاجه من منظور تربوي إسلامي. رسالة لنيل شهادة الماجستير. الاردن: جامعة اليرموك.

محمد الهاشمي بن كريمة، و عبد الحكيم شعيب. (2023). دور الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني. مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال. جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

محمد عبد العاطي عبد الباقي أبو ناجمة. (2020). العنف اللغوي مفهومه وأسبابه. دراسة تحليلية، 7، الصفحات 28-56.

محمد عبد الله النيرب. (2008). العوامل النفسية والاجتماعية المسؤولة عن العنف المدرسي في مرحلة الإعدادية كما يدركها المعلمون والتلاميذ في قطاع غزة. رسالة لنيل شهادة الماجستير. غزة، فلسطين: كلية التربية جامعة الإسلامية.

محمد منير حجاب. (2003). الوسوعة الإعلامية (الإصدار 4). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

محمود رمضان دياب. (2019). استراتيجيات الحملات الإعلامية الموجهة. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.

مراد بن حرز الله. (2011). دور منع كل أشكال العنف في نظام تربوي الجزائر ضد تلاميذ في حد من ظاهرة العنف. الجزائر.

مسعد أبو الديار. (2012). سيكولوجية التنمر بين النظرية والعلاج (المجلد 2). الكويت: دار الكتاب الحديث.

مصطفى عمر التير . (1997). العنف العائلي (المجلد 1). الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. مفيدة حمودي. (2025). حملة إعلامية حول التبليغ عن المضاربة غير المشروعة في السيارات. مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

منذر زيتون. (2005). الصحة والعنف. عمان: المجلس الوطني لشؤون الأسرة.

منى يونس بحري، و قطيشات عبد الحليم نازك. (2015). العنف الاسري (المجلد 2). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

نبيلة بوخبزة. (2014). الاتصال العمومي: أسس وتقنيات. الجزائر: دار هومه.

نسيمة مقبل. (2019-2020). حملات الاتصال العمومي. مطبوعة دروس موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس تخصص اتصال. جامعة الجزائر 3.

وسار نوال. (2021). العنف الرقمي ضد المرأة: امتداد الظاهرة وتمدد الأشكال. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 1، الصفحات 260-281.

يحيى محمد نبهان. (2008). الأساليب التربوية الخاطئة وأثرها في تنشئة الطفل. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع الاردن.

يوسف محمد تماضر العرود. (2020). دور الإدارة المدرسية في الحد من ظاهرة التنمر المدرسي لدى طلاب المرحلة الأساسية العليا في المدارس الحكومية في لواء قسبة عمان. مجلة التربية، 1(186)، الصفحات 283-311.

قائمة المراجع باللغة الأجنبية

Gustare. (2003). *The World Health Organization*. paris.

khulaie, s. (2012). al-fahd stylistic analysis of arabic and english translated tourist brochure .
acinrastiv study. diali ;agawine.

Le Net, M. (1981). *L'état annonceur: techniques doctrine et moral de la communication sociale*. paris: Editions d'Organisation.

www.archive.aawsqt.com. (2017, 2 12).

الملاحق

1985

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Bouafia - M'sila

حملة إعلامية
حول
العنف اللفوي في الجامعة

كلمتك.. هي هويتك

لغة الاحترام.. عنوان الحضارة

من 10 إلى 25 ماي

احترام
نحترم بعضنا البعض
ونقدر اختلافنا

أمان
نضمن بيئة جامعية آمنة
وصديقة للجميع

مسؤولية
كلماتنا مسؤوليتنا
فلنكن شذوة

تواصل راقبي
تواصل بلطف
وتراخي بأدبنا

❌ قبيح!
❌ فاشل!
❌ غبي!
❌ أخرس!

**اختر
كلماتك
تصنع الفرق
وتبني الإنسان**

جامعتنا_مساحتك_الآمنة

تعهدنا
التزام بكلمات
تأثير وتعلم
وبدء تغيير

لا للعنف اللفوي...
نعم للغة الاحترام والوعي

اسكن في المسيلة
www.univ-bouafia.dz

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

الملحق 2: المطوية

الواجهة الأولى للمطوية

1985
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - Msila
جامعة عمومية - جزائرية

حملة توعية حول
العنف اللغوي في الجامعة

**كلمتك..
هي هويتك**

من 10 إلى 25 ماي

لغة الاحترام.. عنوان الحضارة

معاً من أجل
بيئة جامعية آمنة
نحترم الجميع

الجانب القانوني

كل فعل عنف داخل الجامعة
يخضع للقوانين والأنظمة الجامعية.
وقد يؤدي إلى:

- إنذار كتابي.
- توقيف مؤقت.
- الحرمان من النشاطات أو الامتحانات.
- الطرد في الحالات الخطيرة.

الدعم النفسي والتبليغ


الخطبة النفسية الجامعية

 reclamation@univ-msila.dz

✓ صفحة رسمية لجامعة المسيلة

معاً من أجل
بيئة جامعية آمنة
نحترم الجميع

كيف تتصرف ؟

إذا كنت ضحية

- ✓ لا ترد بالمثل.
- ✓ لا تتردد في طلب المساعدة.
- ✓ بلغ عن الموقف للجهات المختصة داخل الجامعة.

إذا كنت شاهداً

- ✓ لا تدعم شخصاً يقوم بالعنف سواء بالفعل أو الصمت.
- ✓ تدخل بطريقة آمنة لإيقاف الموقف أو إبلاغ مختص.

لمزيد من الدعم، زوروا صفحتنا الرسمية على فيسبوك:
مركز المساعدة النفسية الجامعي-المسيلة
facebook.com/psychological.support.msila

”المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده رواه البخاري ومسلم“

f i y t @univ.msila

الواجهة الثانية للمطوية

تعريف

هو كل كلام لفظي أو غير لفظي يستخدم بقصد أو تأثير بسبب أذى نفسياً، يقلل من شأن الفرد أو يسيء له بالجرح أو السخرية أو التهديد، سواء عن طريق الحديث أو الكتابة أو غير ذلك من وسائل التواصل.

أشكال العنف اللغوي

عنف لفظي

هو استخدام كلمات جارحة أو مهينة التي تسيء للشخص وتؤثر عليه نفسياً مثل: السب، الشتم، الإهانة، التهديد، السخرية، التقليل من القدر.

عنف غير لفظي

هو استخدام إشارات أو تصرفات التي تظهر الرفض أو الاحتقار وتسبب أذى نفسياً مثل: الإشارات الساخرة، النظرات المهينة، اللمسات الجارحة، التنمر عبر وسائل التواصل.

أسباب العنف

- ضعف التنشئة الأسرية
- ضعف الوازع الديني
- مشاكل اقتصادية (التفاضل الدخول ونقص مناعب شغل)
- ضعف التحصيل الدراسي الغياب، فقدان الدافعية.
- العزلة، توتر العلاقات، الكراهية والعنف.

تأثير العنف

نفسياً

- قلق، اكتئاب، فقدان الثقة بالنفس.
- توتر مستمر وشعور بالخوف.
- ضعف الشعور بالأمان.

أكاديمياً

- ضعف التحصيل الدراسي.
- الغياب المتكرر وفقدان الدافعية.
- تدهور الأداء والرغبة في الانسحاب.

اجتماعياً

- العزلة، توتر العلاقات.
- الكراهية والعنف.
- صعوبة في تكوين صداقات.
- تأثر العلاقات الأسرية.



الملحق 3: الالتزام بقواعد النزاهة العلمية



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Dean's Office of the College for Studies and Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نهاية العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالعلية
2026/ الرقم:

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): فضيل سماح

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم): مداينة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 210462996

الصادرة بتاريخ: 2024-04-18 عن دائرة: سيدي عيسى

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية حرم الإعدام والدراسات

تخصص: انسان وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 202035040558

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج ليسانس، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)

عنوانها: تصميم حملة إعلامية حول العنف المنزلي في الوسط الجامعي

"دراسة حالة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة"

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2026-05-21

امضاء المعني (ة): [Signature]

أخبر المجلس العلمي لبلدية سيدي عيسى
وبتفويض ملحق رئيس الإدارة الإقليمية
ذباح بن عرو
أخبر امضاء السيد:
أخبر الموضوع اعلاه:
المرجع: القرار رقم 933 المؤرخ في: 2016-07-28 المتعلق بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2026/

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Danship of the College for Studies and Students Affairs

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): مغري دينا

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): هنا

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 21860836

الصادرة بتاريخ: 2025-04-01 عن دائرة: الحو

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وخدمات عامة تحت رقم التسجيل: 212135-23986

والمكلف بإجازة اعمال بحث (مذكرة التخرج ليسانس، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه)

عنوانها: تصميم حملة إعلامية حول العنف الرقمي في الوسط الجامعي

"دراسة حالة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة"

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2026-05-08

امضاء المعني (ة): Danya

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 2016-07-28 المحدد للقواعد المنطلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

الملحق 4: وثيقة الإيداع



الجامعة الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila
Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Affairs



1985
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
University Mohamed Boudiaf - M'sila
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
شعبة اللغة العربية وآدابها
Unité de la langue arabe et des lettres

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:
تصميم مجلة علمية حول العنف اللغوي في الوسط الجامعي
"دراسة حالة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة"

إعداد الطلبة:

1- هادي دينا	رقم التسجيل: 212135083516
2- فضيل سماح	رقم التسجيل: 212135083551
القسم: علوم اللغة العربية وآدابها	التخصص: آداب اللغة العربية وآدابها
إشراف: جعفر محمد	الرتبة: أستاذ محاضر

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2025-2026 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص:

د. هادي دينا

موافقة وإمضاء الأستاذ (ة) المشرف (ة):

الأستاذ جعفر محمد

بالموافقة

رئيس القسم:



رئيس قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية
والتربية
بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

Website: <http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facshs/>
Face book: <https://www.facebook.com/FshsUnivM'sila/>
Tél / Fax : + 213 35 35 3044

الحمد لله رب العالمين