



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديموغرافيا .



العنوان

أثر مواقع التواصل الاجتماعي
على صورة الجسد الأنثوي
لدى المرأة الجزائرية
(تطبيق تيك توك أنموذجا)
دراسة لعينة من النساء المستخدمات لتطبيق تيك توك في الجزائر

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علم الاجتماع
التخصص : إتصال

إشراف الدكتور:
الزير بن عون

إعداد الطالبتين:
- عائشة بوزكري
- وهيبة شنوف

لجنة المناقشة

رئيس	مصعب جعفرورة	الدكتور
مشرف ومقرر	الزير بن عون	الدكتور
مناقش	محمد در	الدكتور

السنة الجامعية: 2022/2021





تصريح وتعهد

أنا الممضية أسفله:

- الطالبة : عائشة بوزكري.
- الحاملة بطاقة التعريف الوطني تحت رقم: 206541743، والصادرة بتاريخ: 2021.03.13 عن بلدية: الأغواط، ولاية: الأغواط.
- رقم التسجيل: 181539000627
- التخصص: علم إجتماع الإتصال.
- عنوان المذكرة:

أثر مواقع التواصل الإجتماعي على صورة الجسد الأنثوي لدى المرأة الجزائرية

(تطبيق تيك توك أنموذجاً)

دراسة لعينة من النساء المستخدمات لتطبيق تيك توك في الجزائر

أصرح بشرفي أنني قمت بإنجاز المذكرة المذكور عنوانها أعلاه بجهدى الشخصي، وفقاً للمنهجية المتعارف عليها في البحث العلمي، وبذلك أتحمل المسؤولية الكاملة عن أي مخالفة لقواعد الأمانة العلمية، وحقوق الملكية الفكرية، وما يترتب عن ذلك من متابعة، بما فيها من الإجراءات الإدارية المتعلقة بالنظام الداخلي للجامعة، وكذلك القرارات الوزارية المعمول بها.

الأغواط في: 2022/06/28

توقيع الطالبة

عائشة بوزكري



تصريح وتعهد

أنا الممضية أسفله:

- الطالبة : وهيبة شنوف.
- الحاملة بطاقة التعريف الوطني تحت رقم: 119910083، والصادرة بتاريخ: 2022/01/04.
- عن بلدية: الأغواط، ولاية: الأغواط.
- رقم التسجيل: 201500001764
- التخصص: علم إجتماع الإتصال.
- عنوان المذكرة:

أثر مواقع التواصل الإجتماعي على صورة الجسد الأنثوي لدى المرأة الجزائرية

(تطبيق تيك توك أنموذجاً)

دراسة لعينة من النساء المستخدمات لتطبيق تيك توك في الجزائر

أصرح بشرفي أنني قمت بإنجاز المذكرة المذكور عنوانها أعلاه بجهدي الشخصي، وفقاً
للمنهجية المتعارف عليها في البحث العلمي، وبذلك أتحمل المسؤولية الكاملة عن أي مخالفة لقواعد
الأمانة العلمية، وحقوق الملكية الفكرية، وما يترتب عن ذلك من متابعة، بما فيها من الإجراءات
الإدارية المتعلقة بالنظام الداخلي للجامعة، وكذلك القرارات الوزارية المعمول بها.

الأغواط في: 2022/06/28

توقيع الطالبة

وهيبة شنوف

شكر وعرفان

الحمد لله والشكر له كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، عدد خلقه ورضا نفسه وزنة عرشه ومداد كلماته على منة علينا بإنجاز هذه الدراسة، والصلاة والسلام على أفضل الخلق نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليما كثيرا

نتوجه بالشكر والتقدير إلى الوالدين لوأننا أوتينا كل بلاغة، وأفنيينا بحر النطق لما كنا بعد القول إلا مقصرتان، ومعتزتان بالعجز عن واجب الشكر

ونتوجه بالشكر والتقدير للمشرف الدكتور

"الزبير بن عوف"

ولكل من رافقنا في مسيرتنا الدراسية.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى من ساندتني في صلاتها ودعائها ...

إلى من سهرت الليالي تنير دربي

إلى من تشاركني أفراحي وألماتي ...

إلى نبع العصف والحنان إلى أحمل ابتسامة في حياتي

إلى أروع امرأة في الوجود " أمي الغالية."

إلى من علمني أن الدنيا كفاح ... وسلاحها العلم والمعرفة

إلى الذي لم يبخل علي بأي شيء ...

إلى من سعى لأجل راحتني ونجاحي، إلى أعظم وأعز رجل في الكون " أبي العزيز"

إلى الذين هفرت بهم هدية من الأقدار إخوة فعرفوا معنى الأخوة، إخوتي الأحباء

وإلى زوجي رفيق دربي جعله الله رفيقي في الجنة

وأولادي قرّة عيني

وهيبة شنوف

إهداء

الحمد لله وكفى اهدي تخرجي وثمرت تعبتي

إلى أمي التي لم تفارقني ثانية التي كلما انتصرتني في هذه اللحظة

اللهم أجعل كل خطوة خضوتها في سبيل العلم صدقة جارية لوالدتي وحيية قلبي

إلى قدوتي الأولى التي من يستقبلني بإبتسامة ويودعني بدعوة

إلى من اعطاني كل العطاء التي لا تتركني أبداً الغالي

إلى زوجي أنيس العمر جعلته الله سنداً لכול العمر

والى جوهرة حياتي أولادي الغاليين

عائشة بوزكري

ملخص البحث

- ملخص:

نهدف من خلال هذا البحث الى التعرف عن تأثير إستخدام موقع التواصل الإجتماعي تيك توك على صورة الجسد لدى المرأة الجزائرية، وفي سبيل ذلك قمنا ببحث ميداني، من خلال انتهاج استراتيجية منهجية سليمة، حيث إستخدمنا المنهج الوصفي بقصد جمع وتنظيم والتنسيق المعلومات كما إستعملنا تقنية الملاحظة واداة الإستبيان الإلكتروني، هذا الذي تم نشره في منصات التواصل الإجتماعي وإرساله الى النساء عبر تطبيقات المراسلة الفورية والدرشة، لعينة قصدية متمثلة في النساء في المجتمع الجزائري اللواتي يستخدمن بالفعل تطبيق تيك توك. وبعد جمع المعلومات وتحليلها توصلنا الى نتيجة عامة حسب تصريحات عينة البحث مفادها أن النساء لا يتأثرن بالمضامين والمحتويات المتضمنة في تطبيق تيك توك، بما ينشر من أشرطة ومقاطع فيديو قصيرة إلا أنهن لا يزلن متشبثات بأصولهن أتم التمسك، إلا أن بعضهن أخذتهن رياح الموضة والعولمة.

- الكلمات المفتاحية:

تطبيق تيك توك؛ المرأة، التأثير، الجسد الأنثوي.

- Abstract:

We aim through this research to identify the impact of the use of the social networking site Tik Tok on the body image of Algerian women, and for this we conducted a field research, by adopting a sound methodological strategy, where we used the descriptive approach with the intention of collecting, organizing and coordinating information as we used the observation technique and a tool The electronic questionnaire, which was published on social media platforms and sent to women via instant messaging and chat applications, is for a purposive sample of women in Algerian society who already use the Tik Tok application. After collecting and analyzing the information, we came to a general conclusion, according to the statements of the research sample, that women are not affected by the contents and contents included in the Tik Tok application, with what is published from tapes and short videos, but they are still clinging to their origins fully adhered to, However, some of them were taken by the winds of fashion and globalization.

- key words:

tik tok app; Women, influence, the female body.

الفهرس

فهرس المحتويات	
	شكر وعرفان.
	إهداء .
	ملخص البحث.
	الفهرس
	فهرس الجداول
1	مقدمة
الفصل الأول : الإطار المنهجي	
4	1- الإشكالية.
5	2- الفرضيات.
6	3- أسباب اختيار الموضوع.
6	4- أهمية البحث.
7	5- أهداف البحث.
7	6- المفاهيم الأساسية.
9	7- الإجراءات المنهجية.
14	8- الدراسات السابقة.
17	9- صعوبات البحث.
الفصل الثاني : الإطار النظري	
19	- تمهيد.
20	أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.
20	1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
22	2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.
23	3- خصائص شبكة التواصل الاجتماعي.
26	4- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.
28	ثانياً : ماهية موقع التواصل الاجتماعي تيك توك.
28	1- تأسيس ونشأة تيك توك.
29	2- تعريف تيك توك.

29	3- أدوات التفاعلية في تيك توك.
31	4- خصائص ومميزات التيك توك:
32	5- مضامين وأثار استخدامات "تيك توك":
35	ثالثاً: ماهية المرأة.
35	1- تعريف المرأة.
37	2- حاجات المرأة.
39	3- خصائص المرأة.
42	4- المرأة الجزائرية (تاريخ وخصائص).
45	رابعاً : الجسد الأنثوي:
45	1- معنى الجسد الأنثوي.
47	2- الجسد الأنثوي وهوية الجندر.
51	3- تصورات الجسد الأنثوي.
52	4- الدلالات الرمزية للجسد الأنثوي.
55	- خلاصة.
الفصل الثالث : الإطار الميداني	
57	- تمهيد.
58	أولاً: عرض وتحليل البيانات الشخصية.
60	ثانياً: كفايات استخدام المبحوثات لتطبيق تيك توك.
76	ثالثاً: صورة الجسد الأنثوي لدى المبحوثات.
خلاصة واستنتاجات عامة.	
91	- النتائج.
96	- خاتمة.
99	- قائمة المراجع.
104	- الملاحق.

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يبين توزيع المبحوثات حسب متغير السن .	58
02	يبين توزيع المبحوثات حسب متغير المستوى التعليمي.	58
03	يبين توزيع المبحوثات حسب متغير الحالة الاجتماعية.	59
04	يبين توزيع المبحوثات حسب متغير مكان الإقامة.	59
05	يوضح زمن بدأ المبحوثات إرتياد موقع التواصل الاجتماعي تيك توك.	60
06	يوضح كيفية تعرف المبحوثات عن تطبيق تيك توك.	60
07	يوضح عما اذا انزلت المبحوثات تطبيق تيك توك في الهاتف.	61
08	يوضح عدد المرات التي تقوم فيها المبحوثات بتصفح حسابهن خلال اليوم.	61
09	يوضح عدد الساعات التي تستغرقها المبحوثات في تصفح التطبيق.	62
10	يوضح الاوقات المفضلة التي تستخدم فيها المبحوثات تيك توك.	62
11	يوضح الأوقات التي تتعاطى وتستخدم فيها المبحوثات تيك توك بكثرة.	63
12	يوضح وسيلة التي تستخدمها المبحوثات تيك توك.	63
13	يوضح مكان تصفح المبحوثات لصفحاتهن على تيك توك.	64
14	يوضح قيام المبحوثات بنشر ومشاركة مقاطع فيديو عبر تيك توك.	64
15	يوضح عما اذا كانت المبحوثات تنشرن مقاطع فيديو على صفحاتهن في تيك توك وبرنامجهن في نشر مقاطع الفيديو .	65
16	يوضح رأي المبحوثات في أن تطبيق تيك توك سهل الإستعمال أم لا.	65
17	يوضح عما اذا كان استخدام تيك توك يروق للمبحوثات أم لا .	66
19	يوضح الغاية الرئيسة من وراء تصفح المبحوثات لتطبيق تيك توك.	66
20	يوضح عما اذا يعود استخدام تطبيق تيك توك بفائدة للمبحوثات.	67
21	يوضح اعتقاد المبحوثات في مساهمة تطبيق تيك توك في إشباع حاجاتهن النفسية العقلية، الجسدية .	67
22	يوضح مدى مساهمة استخدامهن لتطبيق تيك توك في الجانب العقلي والنفسي والاجتماعي.	68
23	يوضح رأي المبحوثات في مضامين منصة تيك توك تتماشى مع إهتماماتهن وطموحاتهن.	68

23	يوضح مدى تأثير المبحوثات في منصة تيك توك	69
24	يوضح طبيعة محتويات المبحوثات في النشر من خلال تطبيق تيك توك .	69
25	يوضح أكثر متابعات (محتويات ومضامين) المبحوثات لأشرطة الفيديو على منصاتها على تيك توك .	70
26	يوضح رأي المبحوثات في مقاطع الفيديو المنتشرة بكثرة في المنصة	70
27	يوضح تفاعل المبحوثات مع صفحات المشاهير من الفتيات والنساء .	71
28	يوضح إستهواء المبحوثات لأشرطة الفيديو المنشورة في تيك توك والمتعلقة بكل ما يخص المرأة.	71
29	يوضح عدد أشرطة الفيديو التي تتابعها المبحوثات في منصة تيك توك والخاصة بالمرأة .	72
29	يوضح إستهواء المبحوثات المنشورات باختلاف أنواعها والمتعلقة بالمرأة وبالجسد الأنثوي .	72
30	يوضح تفاعل المبحوثات من خلال (التعليق والمشاركة) لأشرطة الفيديو في منصة تيك توك والتي لها علاقة بجسد المرأة .	73
31	يوضح شغف المبحوثات بمتابعة مقاطع الفيديو الخاصة بالنساء (المشاهير، الفنانات المؤثرات، صانعات المحتوى).	73
32	يوضح قيام المبحوثات بإنشاء ونشر مقاطع فيديو قصيرة بكل ما يتعلق بجسد المرأة.	74
33	يوضح مشاركة المبحوثات في أيقونة العناصر الافتراضية (الهدايا الاجتماعية).	74
34	يوضح تفضيلات المبحوثات أثناء استخدامهن لمنصة تيك توك لكل ما يتعلق بجسد المرأة (تجميل، رياضة، رشاقة، الوزن ...).	75
35	يوضح إهتمام المبحوثات بمتابعة التريندات المشهورة ومشاهير منصة تيك توك .	75
36	يوضح رأي المبحوثات في أنفسهن فيما يخص الجمال الأنثوي.	76
37	يوضح معايير المبحوثات فيما يخص الجمال الأنثوي.	76
38	يوضح رأي المبحوثات بخصوص جمال المرأة.	77
39	يوضح رأي المبحوثات في نوع الجمال الذي من المفترض تتسم به المرأة .	77
40	يوضح مدى إهتمام المبحوثات بالإعتناء بأجسادهن من كل النواحي.	78
41	يوضح أسباب إهتمام المبحوثات بالإعتناء بمظهرهن الخارجي.	78
41	يوضح أسباب سعي المبحوثات الى الإعتناء بأجسادهن وترغبين في التجميل .	79

42	يوضح سعي المبحوثات إلى العناية بأجسادهن الأنثوية.	79
43	يوضح الأسباب الداعية بالمبحوثات إلى السعي بالعناية بأجسادهن.	80
44	يوضح إقتناء المبحوثات للألبسة النسائية (المنزلية/لباس الشارع).	80
46	يوضح شغف المبحوثات بالإعتناء بهندامهن من حيث الجودة والتنسيق والألوان .	81
47	يوضح نمط لباس المبحوثات والمحددات التي تتحكم فيه.	81
48	يوضح قيام المبحوثات بمسايرة ثقافة الموضة العالمية في الهندام الخاصة بهن.	82
49	يوضح سعي المبحوثات إلى تقليد المشاهير (فنانات، مؤثرات، مصممات أزياء ...)	82
50	يوضح محددات ارتداء المبحوثات للألبسة.	83
51	يوضح مقاصد ارتداء المبحوثات للألبسة خاصة.	83
52	يوضح رأي المبحوثات في دواعي إرتداء المرأة المسلمة لألبسة معينة.	84
53	يوضح إقتناء المبحوثات لمستلزمات الزينة ومستحضرات التجميل.	84
54	مقاصد اقتناء المبحوثات للمستلزمات.	85
55	يوضح شغف المبحوثات بشراء المواد المطهرة والعطور من عدمه.	85
56	يوضح أماكن إقتناء المبحوثات للعطور ومستلزمات التجميل.	86
57	يوضح تأثير المبحوثات بالاعلانات الإلكترونية الخاصة بكل ما يتعلق بالجمال والزينة والتعطر .	86
58	يوضح ممارسة المبحوثات للرياضة.	87
59	يوضح الأمكنة التي تمارس فيها المبحوثات الرياضة.	87
60	يوضح قيام المبحوثات بعمليات تجميل .	88
62	يوضح تفكير المبحوثات في القيام بعمليات جراحية تجميلية .	88
64	يوضح عما اذا أثر موقع التواصل الإجتماعي تيك توك على صورة المبحوثات لأجسادهن أم لا.	89

- مقدمة:

كثر تناول قضايا الجسد الأنثوي في العصر الحديث بداية من عصر الحداثة وما بعد الحداثة من قبل الفلاسفة والمفكرين الغربيين، كما تناولت قضايا الجسد الأنثوي العديد من المجالات المعرفية كالفلسفة، الدين، الانتروبولوجيا، الاثنولوجيا، السيميولوجيا، السوسيولوجيا وغيرها من المجالات.

كما عالج علماء الاجتماع قضايا الجسد الأنثوي من عدة جوانب، أولاها متعلق بصورة الذات والآخر، والثانية تمثلات جسد المرأة في المجتمع، والثالثة الجسد الأنثوي في مقابل الجسد الذكوري والرابعة الحديث عن المرأة واستخدامات جسدها في التفاعلات والعلاقات داخل المجتمع.

وفي هذا بحثت العديد من الأبحاث العلمية في مجال الإنترولوجيا والسوسيولوجيا، حول الجسد الأنثوي وربطوها بمتغيرات عدة، إلا أنه مع الثورة الاتصالية والإعلامية الحاصلة في عالم اليوم وشيوع استخدام الانترنت، حصل تغييرات كبير في النظام الاجتماعي، بناء والتنظيم الاجتماعي لأي مجتمع حتى ذلك المجتمع المعزول والمنغلق. الأمر الذي أثر على الفرد، الجماعة والمجتمع. كما أثر كذلك عن علاقة الذكر بالمرأة، وبتنا نسمع ونقرأ عن مفهوم الجندر والتمايز في الجنوسة، وتغيرت نظرة المجتمع للمرأة، وبات للمرأة مكانة في المجتمع وفي الأوساط المعرفية، كما ساعدت هذه الوسائل على تحرر المرأة وكسر أغلالها ما ساهم في تكيفها واندماجها في المجتمع الحديث، ليس هذا وحسب وإنما ساعد ذلك على انتقال المرأة للعيش من مجتمع واقعي يتضمن قيود إلى مجتمع افتراضي يؤمن بحرية الفكر والمعتقد والشخصية. لذلك نفهم بأن وسائل الاتصال والإعلام وبخاصة منها المندرجة ضمن الإعلام الجديد والسيبرانية أثرت على المرأة إيجابا وسلبا .

من خلال ما تقدم نفهم بأن قضية وموضوع الجسد الأنثوي لم تأتي وتظهر جزافا وإنما مرت بمراحل واقعية وأحداث، وزادت حدتها بعد شيوع استخدام منصات التواصل الاجتماعي الافتراضية التي أمست تتحكم في عقول ونفوس مستعملها بفعل ميزة الكونية، التفاعلية، واللامحدودية...، وعليه يأتي بحثنا هذا ليعالج تأثير مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة تطبيق تيك توك الذي ظهر مؤخرا وانتشر سريعا، على تغيير صورة المرأة الجزائرية لجسدها من حيث الجسد المادي والمتمثل في الجمال الأناقة، الرشاقة...، أو الجسد اللامادي والمتمثل في النفس والعقل والروح .

وعليه؛ سنعالج هذا الموضوع في هذا التقرير البحثي والمتضمن في مذكرة التخرج، من خلال دراسة نظرية مكتبية وبحث ميداني واقعي .

وسيجد القارئ الكريم أننا قسمنا المذكرة إلى ثلاث أقسام أو اطر الأول منه متعلق بالإطار المنهجي للبحث، أما الثاني فتعلق بالإطار النظري، أما الثالث فتعلق بالإطار الميداني، هذه الأطر وهي التي تمثل فصول المذكرة التي سنتطرق عليها بشيء من التفصيل فيما يلي :

-الفصل الأول: تطرقنا فيه إلى الإطار المنهجي للبحث، حيث عرضنا الإشكالية، الفرضيات أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف البحث، المفاهيم الرئيسية، الإجراءات المنهجية، الدراسات السابقة، وصعوبات البحث.

-الفصل الثاني: تطرقنا فيه إلى الإطار النظري، وتضمن المفاهيم الأساس للبحث والتي عرضنا ماهيتها وهي: مواقع التواصل الاجتماعي تطبيق تيك توك، المرأة، الجسد الأنثوي.

-الفصل الثالث: تطرقنا فيه إلى عرض وتحليل البيانات، حيث عرضنا في عنصر أول البيانات الشخصية للمبحوثين، وفي عنصر ثاني كفايات استخدام المبحوثات لتطبيق تيك توك وفي عنصر ثالث عرضنا الجداول الإحصائية المتعلقة بصورة الجسد الأنثوي.

-ختمنا المذكرة في الأخير بنتائج البحث، خاتمة، قائمة المراجع، الملاحق والتي تتضمن استمارة الاستبيان.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

1- الإشكالية:

يشهد عالمنا اليوم العديد من موجات التطور في تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عالم الشبكات والاتصالات، مما أدى إلى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعد من أهم المنتجات التكنولوجية وأكثرها رواجًا، حيث تلعب دورًا مهمًا في إنتشار ثقافات مجتمعية جديدة. وتعرف بها من خلال إقتحام هذه الأراضيات الافتراضية والتواصل عبرها.¹

كما أحدثت تطبيقات التواصل الاجتماعي الجديدة مؤخرًا نقلة نوعية في التفاعلات الاجتماعية وفي التأثير على النسيج الاجتماعي والثقافي، كما ساهمت في أن يطلق على العالم إسم "القرية الكونية"، فقد سهلت الإتصال بين مختلف الشعوب والجنسيات والأعراق.

ولعل أهم التطبيقات التي أصبح لها إستخدام متزايد في مختلف فئات المجتمع هو تطبيق تيك توك، هذا التطبيق الذي ظهر في أواخر سنة 2017 في معظم الأسواق الصينية، ومن ثم أصبح متاحًا في معظم أسواق العالم خلال وقت قياسي، حيث يتيح تطبيق تيك توك، للمستخدمين نشر مقاطع فيديو بطريقة تميز التطبيق عن غيره من التطبيقات مما جعله يجذب أكبر عدد من المستخدمين على إختلاف العوامل النفسية والديمغرافية والاجتماعية وفق ما تشير إليه مقارنة إنتشار المبتكرات التي ترسم علاقتهم بهذه المنصات.

وأصبحت تطبيقات التواصل الاجتماعي الجديدة سريعة الإنتشار لكن بنسب متفاوتة بين مختلف طبقات المجتمع، فلا تقتصر على فئة عمرية معينة أو مستوى تعليمي معي أو جنس معين. وهكذا الأمر بالنسبة للمجتمع الجزائري الذي نلاحظ أنه لم يعد إستثنائيًا عن بقية الشعوب بالعالم في تبني وإستخدام تطبيق Tik Tok ، حيث نرى أن منصة التواصل الاجتماعي هذه بدأت تعرف إنتشارًا كبيرًا في الآونة الأخيرة بين مختلف الفئات وخاصة النساء.

لا مشاحة من القول بأن المجتمع الجزائري عرف تغيرات مست كل جوانبه، الاجتماعية الثقافية، الأخلاقية، الإقتصادية ... وما إلى ذلك، إلا أن التغير الواضح والحاصل ظهر جلياً في الجانب الثقافي، وذلك فيما يتعلق بالإستهلاك الثقافي الناجم عن التعرض لوسائل الإتصال والإعلام بإختلاف أنواعها ووظائفها، حتى أثر على نظرة الفرد لنفسه وللعالم المحيط من حوله، تغيرت التصورات، الإتجاهات، الذهنيات، المعاني، الصور الذهنية، ومن بين هذه التغيرات الحاصلة نجد

¹ - مرزاق بلالة: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر في علم الاجتماع الإتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، ص 12.

صورة الذات، وصورة الجسد، وذلك بفعل إنتشار مواقع التواصل الإجتماعي في الآونة الأخيرة في المجتمع الجزائري، حيث أضحى المستخدمين لهذه المواقع يتأثرون بالرسائل الإتصالية التي تتضمن مضامين أخلاقية وثقافية عالمية ووطنية ومحلة. وأثرت هذه المضامين على كل الفئات العمرية والجنسية، ولا سيما على المرأة، حيث أثرت على تغيير صورتها لجسدها، وذلك ناجم عن التعرض المكثف لمضامين الإتصالية المتضمنة في مواقع التواصل الإجتماعي ولا سيما بعد شيوع إستخدام تطبيق تيك توك، حيث أمست النساء يغيرن بما يتواءم والموضة العالمية بفعل ما يشاهدنه في أشرطة الفيديو عبر تطبيق تيك توك.

ولأجل الوقوف على مدى إنتشار إستخدام تطبيق تيك توك أردنا أن نجري دراسة على المرأة الجزائرية، التي يفترض أنها في مجتمع محافظ، وإنتشار مثل هذه التطبيقات فيه لا يكون بسرعة كبيرة. وكذا تأثيراتها على الجوانب المتعددة للمرأة ولا سيما صورتها عن ذاتها وعن جسدها. وعليه تبادر في أذهاننا التساؤل الرئيس التالي:

ما هي آثار إستخدام موقع التواصل الإجتماعي تيك توك على صورة الجسد الأنثوي للمرأة الجزائرية ؟.

وقد تفرع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية نوردتها فيما يلي:

- هل لكيفيات إستخدام تطبيق تيك توك أثر على صورة الجسد لدى المرأة ؟
- هل تؤثر طبيعة إستخدام تطبيق تيك توك على تغيير صورة المرأة لجسدها ؟

2- الفرضيات:

- تؤثر كيفيات إستخدام تطبيق تيك توك من حيث (الزمان، المكان، الوسائل) على صورة المرأة لجسدها.
- تؤثر طبيعة إستخدام لتطبيق تيك توك من حيث (الغاية، التفاعل، التفضيلات) على صورة المرأة لجسدها.

3- أسباب إختيار الموضوع:

إن اختيارنا لهذا الموضوع يعود إلى أسباب منها ما هو ذاتي يتعلق بالميلول الشخصي ومنها أكاديمي نذكرها فيما يلي:

3-1- أسباب ذاتية:

- اهتمامنا الخاص بمنصة تيك توك بإعتبارنا مستخدمات بشكل كبير لهذا التطبيق.
- ميولنا لموضوع الجسد الأنثوي بحكم أننا كباحثات من جنس الإناث.
- ميولنا لقضايا الإتصال والإعلام الجديد ولا سيما مواقع التواصل الإجتماعي.
- تأثير متابعة منشورات تطبيق تيك توك على شخصية المرأة في الجزائر.

3-2- أسباب موضوعية:

- الإنتشار الواسع السريع لتطبيق تيك توك بين مختلف شعوب العالم.
- التأثيرات البالغة لوسائل الإتصال والإعلام على الجانب الثقافي والأخلاقي في المجتمع الجزائري.
- التحولات الحاصلة في المستوى الثقافي، والإستهلاك الثقافي للنساء في المجتمع الجزائري.
- التغيرات الحاصلة في الجسد الأنثوي من حيث مظهرات الجمال، اللباس، الاناقة، التجميل، إتباع الموضة العالمية، عمليات التجميل، ممارسة الرياضة ...

4- أهمية البحث:

تستقي هذه الدراسة أهميتها من الموضوع نفسه، لما تلقاه تطبيقات التواصل الإجتماعي من رواج وإنتشار واسع بين مختلف فئات المجتمع، حيث تشير الإحصائيات إلى أن عدد مستخدمي تطبيق تيك توك عبر العالم يفوق 800 مليون شخص، هذا الامر الذي ينعكس على حياة المجتمع الإجتماعية والثقافية والسياسية والإقتصادية، وقد سلطنا الضوء على تطبيق تيك توك بالذات الذي لم يمر على نشأته أكثر من 5 سنوات، وقد أطلق عليه برحلة صعود التطبيق المرعب. لما له من فوارق تقنية تختلف عن باقي المنصات الإلكترونية الأخرى، كما تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تعالج موضوعًا جديدًا وليس مستهلكًا نظرًا لحدثته، إضافة إلى الإرتفاع المتزايد لعدد مستخدمي تيك توك عبر العالم، وتأخذ الدراسة أهميتها كذلك في أنها تتناول المجتمع الجزائري الذي ندرس من خلاله الفئات المستخدمة لهذا التطبيق وسرعة إنتشار مثل هذه التطبيقات بين فئات المجتمع الجزائري، وبخاصة منها فئة النساء، وكذا التأثيرات الناجمة عن استخدامات النساء لتطبيق تيك توك على صورتهم لأجسادهن.

5- أهداف البحث:

- نسعى من خلال بحثنا الى تحقيق جملة من الأهداف نوردتها فيما يلي :
- التعرف عن الآثار السلبية والإيجابية الناجمة عن إستخدام النساء في المجتمع الجزائري لمواقع التواصل الإجتماعي وبخاصة منها تطبيق تيك توك.
 - التعرف عن كيفية إستخدام النساء في المجتمع الجزائري لتطبيق تيك توك.
 - التعرف عن طبائع إستخدام النساء في المجتمع الجزائري لتطبيق تيك توك.
 - التعرف عن صورة المرأة الجزائرية لجسدها.
 - التعرف عن التأثيرات الناجمة عن تعرض النساء في المجتمع الجزائري لتطبيق تيك توك، على الصورة الذهنية لإجسادهن.

6- المفاهيم الأساسية:

6-1- شبكات التواصل الإجتماعي:

- التعرف الإصطلاحي:

تعرفها "هبة محمد خليفة" بأنها "شبكة مواقع فعالة جداً " في تسهيل الحياة الإجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الإتصال ببعضهم البعض، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الإجتماعية بينهم ¹.

تعرفها أيضاً إنها: >> مواقع على الأنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالإجتماعية كونها تتيح التواصل مع الإصدقاء زملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الأنترنت << ².

¹ محمد منصور: تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين، الدانمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة، 2012، ص222.

² حسين محمود هثيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص84.

- التعريف الإجرائي:

شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع إلكترونية عبر شبكة الإنترنت تعتبر من أهم الوسائل الإتصالية في وقتنا الحالي خاصة تيك توك الذي إنتشر بسرعة رهيبه في وقتاً وجيز. وهذا يدل على أنه وجد مكاناً في المجتمع العربي والجزائري بصفة خاصة. بإعتبار أن له جمهور كبيراً في المجتمع وذلك لسهولة إستخدامها وتوفره على عدة مميزات يتميز به عن غيره من الشبكات كفيديوهات القصيرة والتأثيرات الموجودة في الفيديوهات وغير ذلك.

6-2- الإستخدام:

- التعريف اللغوي :

جاء في المعجم الوسيط أصل الكلمة (خدم)، أخدمه، خدمة، أي قام بحاجته فهو خادم، وخدم وخدام، أخدمه: جعل له خادماً أستخدمه أتخذه خادماً وسأله أن يخدمه واستوهبه خادماً¹. وفي " قاموس المحيط "، يخدمه خدمة وهو خادم².

- التعريف الإصطلاحي:

يتضمن مفهوم الإستخدام على الصعيد الإصطلاحي معنيين أساسيين وهما: المعنى الأول: ويحيل على الممارسة الإجتماعية التي تجعل الأقدمية التكرار شيئاً مألوفاً وعادياً في ثقافة ما وبهذا فإننا نقرب من العادات والطقوس. أما المعنى الثاني: فإنه يحيلنا إلى أستعمال شيء ما سواء كان مادياً أو رمز لغايات خاصة وهذا ما يدفع إلى التفكير في الإستخدام الإجتماعي للعدة التكنولوجية الذي يحفز على التفكير في دلالاته الثقافية المعقدة في الحياة اليومية حتى تقترب من فهم التطور والمقاربات النظرية المرتبطة بوسائل الإعلام وإستخداماتها³.

¹ إبراهيم مصطفى وآخرون: المعجم الوسيط، معجم اللغة العربية، باب الفاء مادة (خدم)، مكتبة الشرق الدولية، ط4، 1425هـ. 2004م، ص221.

² مجد الدين بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، تحقيق مكتبة التحقيق، التراث في مؤسسة الرسالة، حرف الخاء، مادة (خدم)، ط1، ص1100.

³ نصر الدين العياضي، الرهانات الإستيمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي (نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والإتصال في المنطقة العربية)، أبحاث لمؤتمر الدولي للإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة.... لعالم جديد، أفريل 2009، جامعة البحرين ص20.

6-3- تيك توك:

- التعريف الإصطلاحي :

هو شبكة إجتماعية صينية لمقاطع الفيديو الموسيقية تم إطلاقها في سبتمبر 2016 بواسطة مؤسسها " تشانغ بيمينغ " وهو نظام أساسي للفيديو حيث يمكن للمستخدمين تحميل مقاطع فيديو مدتها 15 ثانية أو دقيقة واحدة .

- التعريف الإجرائي:

هو تطبيق للفيديوهات القصيرة، تم تطويره من قبل شركة صينية، وتتيح للمستخدم دمج الصور مع الصوت بالإضافة إلى النص، وذلك عن طريق تقنيات بسيطة وسهلة الإستخدام، مما يساهم في زيادة إنتشاره.

7- الإجراءات المنهجية للبحث:

7-1- المنهج المستخدم:

بحكم أن بحثنا يدخل ضمن البحوث الإستكشافية، فإن المنهج الذي تم استخدامه واتباعه في جوانب البحث العلمي الميداني هو المنهج الوصفي، الذي يستخدم في العلوم الإجتماعية بشكل واسع نظراً لما يتمتع به من مزايا حيث يقوم على رصد ومتابعة الظاهرة أو الحدث بدقة بطريقة كمية ونوعية في فترة زمنية معينة أو لعدة فترات، ويهتم بدراسة الظواهر والأحداث من حيث خصائصها وأشكالها والعوامل المؤثرة في ذلك فهو يدرس حاضر الظواهر والأحداث عن طريق توصيفها مع الجوانب والأبعاد ويهدف لإستخلاص الحلول وتحديد الأسباب والعلاقات التي أدت إلى هذه الظواهر والأحداث وكذلك تحديد العلاقات مع بعضها والعوامل الخارجية المؤثرة بها.¹ وهذا يكفل لنا جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات اللازمة لغرض تحليل دراستنا التي تتمحور حول آثار مواقع التواصل الإجتماعي على صورة الجسد الأنثوي.

وعليه تم إستخدام المنهج الوصفي بهدف جمع المعلومات، تنظيمها وتنسيقها وتحليلها وتفسيرها، ورأينا بأنه المنهج المناسب والملائم للموضوع.

¹ - كمال دشلي : منهجية البحث العلمي ، مديرية الكتب و المطبوعات الجامعية ، سوريا ، ب ن ط ، 2016 ، ص 61.

7-2- أدوات جمع المعلومات:

7-2-1- الملاحظة:

هي مشاهدة دقيقة وعميقة لظاهرة ما مع الإستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلائم مع طبيعة هذه الظاهرة وهي تعتمد على الحواس وما تستعين به من أدوات المرصد والقياس لجمع البيانات وتسجيلها وتحليلها والتعبير عنها بأرقام¹.

إستخدمنا تقنية الملاحظة في المرحلة الإستطلاعية للبحث حيث لاحظنا النساء من حيث استخدامات النساء لمواقع التواصل الإجتماعي بإختلاف أنواعها ولا سيما تطبيق تيك توك. وكانت تمهيداً للعمل الميداني، كما قمنا بإستخدام الملاحظة المعمقة أثناء القيام بعملية البحث الميداني من خلال الملاحظة القصدية لإستخدامات النساء لمواقع التواصل الإجتماعي، وكذا لأنواع الأجساد النسوية من حيث الشكل والمظهر والتجليات.

7-2-2- الإستبيان:

يعتبر من أكبر الأدوات إستعمالاً في جمع المعلومات والبيانات عن ظاهرة ما، خاصة في البحوث السيوسولوجية، فهي تضم عدداً من الأسئلة يطلب من المبحوث أن يجيب عنها بنفسه وفي بعض الأحيان ترسل هذه القائمة من الأسئلة عن طريق البريد وتسمى في هذه الحالات بالإستبيان البريدية².

كما يعد الإستبيان أداة ملائمة للحصول على المعلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين ويقوم الإستبيان بشكل عدد الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الإستبيان³.

تم بناء إستمارة الإستبيان في شكل أسئلة مغلقة مفتوحة، هي مزيج بين الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة، تتضمن أسئلة ذات أجوبة وبدائل محددة ومعدة سلفاً، وهذا بهدف الحصول على المعلومات بطرق مختلفة، تدفع المبحوثات لإختيار واحدة منها فقط، أو إختيار متعدد للبدائل المقترحة، وتعطي لهن الفرصة للتعبير عن آرائهن بدقة ووضوح.

¹ - مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي ، مؤسسة الوراق ، الأردن ، ط1 ، 2000 ، ص 174 .

² - رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002 ص182.

³ - عبد الحق درقان عبيدات وكايد وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2000 ص 104.

تتكون الإستمارة في بحثنا من مجموعة أجزاء، يتضمن كل جزء عدداً من الأسئلة الموجهة إلى عينة البحث، وتم ترتيبها حسب فرضيات البحث ومتغيرات البحث ومكوناته وأبعاده، وإعتمدنا في الإستمارة على الأسئلة المغلقة وهي التي تحوي أجوبة محددة حيث يطلب من المستجيب أن تضع رمزا على الإجابة التي توافق عليها، وهي الأسئلة التي تمتاز بسهولة تصنيف الإجابة ووضعها في قوائم إحصائية. كما قمنا بوضع أسئلة يمكن للمستجيب أن تجيب عن السؤال من خلال إختيار عدد غير محدد من البدائل المتاحة لها، وهذا ما يؤدي إلى تضخيم عينة البحث وهذا ما هو موضح في بعض الجداول الإحصائية في فصل الإطار الميداني.

قمنا في دراستنا الهادفة إلى التقصي والتحري آثار موقع التواصل الإجتماعي تيك توك على صورة الجسد الأنثوي لعينة من النساء في المجتمع الافتراضي بالمجال الجغرافي الجزائري، وذلك لا يتم إلا بإستخدام الإستبيان الإلكتروني¹، والذي قمنا بنشره في مجموعات وصفحات موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك بإختلاف أنواعها وأصنافها، والخاصة بالنساء، فضلاً عن إرسال الإستبيان عن طريق رسائل إلكترونية عبر تطبيقات الدردشة والمراسلات مثل الماسنجر إلى الزميلات والصديقات والنساء من الأهل والأقارب، وكل هذا بقصد أن يتم تعبئته من قبل النساء، وراعينا أتم الرعاية أن يتم تعبئته من قبل النساء المستخدمات لموقع التواصل الإجتماعي تيك توك بالتحديد في الجزائر، وألا يتفرع إلى باقي الدول العربية أو الغربية.

تم تقسيم إستمارة الإستبيان إلى أربعة محاور:

- المحور الأول: تضمن البيانات الشخصية وتضم الأسئلة من 1-4.
- المحور الثاني: تضمن الأسئلة المتعلقة بإستخدامات النساء لتطبيق تيك توك. وضم الأسئلة من 5-36.
- المحور الثالث: تضمن الأسئلة المتعلقة بصوة الجسد الأنثوي، وضم الأسئلة من 37-64.

¹ - الرابط الإلكتروني للإستبيان الخاص بالبحث الميداني: آثار مواقع التواصل الإجتماعي على صورة الجسد الأنثوي، تطبيق تيك توك انموذجاً.

7-3- مجالات البحث:

7-3-1- المجال المكاني:

الإطار المكاني للبحث يتمثل في الفضاء الافتراضي الذي يتجاوز مقولة المكان الجغرافي في تحديدها التقليدي. حيث قمنا ببحثنا الميداني في هذا الفضاء السيبراني التي يتسم باللامحدودية ولكننا اقتصرنا على الفضاء الافتراضي بالمجال الجغرافي للجزائر فقط، حيث قمنا بتوزيع الإستبيان على نطاق واسع في المجموعات الفيسبوكية وبخاصة النسوية والصفحات الفيسبوكية على نطاق الفضاء السيبراني الجزائري فحسب. مع التنويه أن يتم تعبئة الإستبيان من قبل النساء المستخدمات لتطبيق تيك توك فقط.

بعد أن قمنا بإعداد الإستبيان الإلكتروني في إحدى المواقع المختصة بالإستبيانات وسبر الآراء والنماذج الإلكترونية، وعند الإكمال قمنا بنشره على الصفحات والمجموعات الفيسبوكية، وقمنا بإرساله إلى الصديقات الافتراضيات اللواتي نعلم باستخدامهن لتطبيق تيك توك، ووبالتالي حصول الشبكية من خلال مشاركته لأصدقائهن هن كذلك.

7-3-2- المجال البشري:

- وحدة العينة:

تمثلت وحدة عينة بحثنا في النساء المستخدمات لتطبيق تيك توك، وبما أننا قمنا باستعمال وتطبيق ونشر الإستبيان الإلكتروني، فإن عينة البحث أضحت افتراضية، وعليه فعينة بحثنا هي النساء المستخدمات لموقع التواصل الاجتماعي تيك توك وحسب، مراعين بذلك إختلاف مستوياتهن العمرية التعليمية ومكاناتهن الاجتماعية والاقتصادية، وكذا بإختلاف حالاتهم الاجتماعية والمدنية.

- حجم العينة وكيفية تحديد العينة:

بعدما قمنا بنشر الإستبيان الإلكتروني في الصفحات والمجموعات الفيسبوكية وإرساله عبر تطبيقات الدردشة والتواصل الاجتماعي إلى أصدقائنا بالفيسبوك صديقاتنا في الواقع الاجتماعي والإفتراضي من زملاء الدراسة، المعارف، العائلة، علاوة عن الغريبات عنا ...، وكان هدفنا هو جمع أكبر عدد ممكن من الإجابات من قبل المستخدمات لتطبيق تيك توك واللواتي يستخدمن الأنترنت بصفة عامة وموقع التواصل الاجتماعي تيك توك بصفة خاصة، وعليه وبعد نشر الإستبيان تحصلنا في الأخير على مجموع الإجابات والمقدرة بـ 31 مفردة.

تجدر الإشارة إلى أننا فكرنا في الإعداد والإستعانة بالإستبيان الإلكتروني وعرضه على النساء في المجتمع الافتراضي الجزائري من خلال المستخدمات لمواقع التواصل الاجتماعي تيك توك، لأنه من الصعوبة بمكان إجراء البحث الميداني في الواقع الحقيقي، وذلك لعدة دواعي نذكر من بينها ما يلي:

- مجتمع البحث العريض والواسع جداً.
- الصعوبة البالغة في حصر عدد العينة لعدم وجود قاعدة سبر واضحة المعالم والعدد.
- صعوبة الوصول إلى المبحوثات في حال ما إذا تم توزيعه واقعياً لا سيما وأن عينة بحثنا قصدية.
- نوع العينة:

تعرف العينة على أنها مجموعة جزئية من المجتمع الكلي، يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة. العينة التي إختارناها لبحثنا هي العينة القصدية والعينة الملائمة؛ هذا النوع من العينات يتم إختيار وحداتها ذاتياً من طرف الباحث لمحاولة الحصول على عينة تبدو ممثلة للمجتمع الإحصائي وتتوقف فرصة إحتواء وحداتها عشوائياً وتسمى في الكثير من الأحيان بالعينات الإجتهدية.¹ كما أننا قصدنا النساء المستخدمات لموقع التواصل الاجتماعي الافتراضي تيك توك.

7-3-3- المجال الزمني:

إنحصر بحثنا خلال السنة الدراسية 2021/2022، ابتداءً من وضع الإستبيان إلكترونياً في منصات التواصل الاجتماعي وإرساله عبر تطبيقات المراسلة والدرشة بداية من 18 ماي 2022 إلى غاية جمع الردود والانتهااء من توزيعها إلكترونياً في 01 جوان 2022، ثم قمنا بتنزيل الملف بصيغة الإكسل ومن ثمة قمنا بتفريغ محتوى الإستمارة، وإعداد وبناء الجداول الإحصائية ذات المتغير الواحد، وذات المتغيرين، وقمنا بقراءتها إحصائياً ومن ثمة استخلاص النتائج وتنسيق وتنظيم تقرير البحث إنتهاءً بيوم 26 جوان 2022.

¹ - شافا فراكفورت ناشياز، دافيد ناشميز، طرائف البحث في العلوم الإجتماعية، ترجمة: ليلي الطويل، دمشق، بتر للنشر والتوزيع، 2004، ص 191.

8- الدراسات السابقة:

8-1- الدراسات العربية:

8-1-1- الدراسة الأولى:

غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدردشة

أظهرت الدراسة أن غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجئون إلى الشبكة الإلكترونية لدردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد مقارنة بمستخدمي الإنترنت لأغراض أخرى، مثل التعلم عبر الإنترنت أو التسوق الإلكتروني، وذكرت الدراسة المتخصصة التي أجراها موقع "بيت كوم" أحد أكبر مواقع التوظيف في الشرق الأوسط أن السبب الرئيسي لإستخدام الإنترنت في المنطقة العربية يعود إلى المشاركة في النشاطات الإجتماعية على شبكة الإلكترونية، بمعدل يصل إلى 3 ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج أن (67%) ممن شملتهم الدراسة يستخدمون الإنترنت للتواصل الإجتماعي بينما ذكر (36%) منهم أنهم يتواصلون يومياً مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني، فيما يتواصلون (31%) مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الإجتماعي مثل: الفيسبوك والتويتر وأضافت الدراسة أن مشاهدة الفيديو والإستماع إلى الموسيقى، وغيرها من الأمور لتي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للإتصال بشبكة الأنترنت.

8-1-2- الدراسة الثانية:

أثر مواقع التواصل الإجتماعي على التحصيل الدراسي لطلبات الصف العشر

في مدرسة شفا عمرو الأساسية دولة فلسطين.

وهي دراسة دراسة قام بها الباحث عمر وآخرون سنة 2016، سعى فيها الباحث لمعرفة آثار استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على التحصيل الدراسي لطلبة الصف العاشر في مدرسة شفا عمرو الأساسية للبنات، وإتبعته الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وإعتمدت على الإستبيان المكون من (20) فقرة وتكونت عينة الدراسة من (80) طالبة لديهن حساب على مواقع التواصل الإجتماعي وتواصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: إن لمواقع التواصل الإجتماعي تأثيراً سلبياً وإيجابياً على التحصيل الدراسي للطلبات حسب كيفية ومدة إستخدامها لمواقع التواصل الإجتماعي، كما هنالك تأثير لثقافة أولياء الأمور ومستواهم التعليمي على طبيعة الآثار الناتجة على التحصيل الدراسي للطلبات اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الإجتماعي.

8-2- الدراسات المحلية:

8-2-1- الدراسة الأولى:

إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيرها في العلاقات الإجتماعية

(دراسة عينة من مستخدمي التيك توك في الجزائر، جامعة الحاج لخضر باتنة)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية في العلاقات الإجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمين موقع تيك توك في الجزائر ، وإستخدمت من منهج المسح الوصفي فقد إعتمدت على الملاحظة والإستبيان كأداة رئيسية وقسم الإستبيان إلى ثلاث محاور أساسية:

المحور الأول يضم عادات وأنماط إستخدام التيك توك لدى الجزائريين ويتكون من 12 فقرة، والمحور الثاني يضم الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع التيك توك والعلاقات الإجتماعية ويتكون من 16 فقرة، وأيضاً المحور الثالث يضم التيك توك في الجزائر وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من 3 ساعات في إستخدام التيك توك ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات ونشر الفيديوهات بالدرجة الأولى ويستخدم أغلب أفراد العينة موقع التيك توك بدافع نشر ما يقومون به من أعمالهم اليومية والتواصل مع الأهل والأصدقاء، وقد بينت النتائج أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين إستخدام الذكور والإناث وبين أيضاً أن المبحوثين الأكبر سناً يتعاملون بنوع من الوعي عند إستخدامهم لموقع التيك توك، كما أن هذا الأخير، يؤثر في قيم الشخص كما يؤدي إلى الإنسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الإجتماعي .(نومار، 2012).

8-2-2- الدراسة الثانية:

دور التكنولوجيا المعلومات والإتصال الداخلي في المؤسسات الإستشفائية

العمومية الجزائرية بولاية ورقلة

وهي دراسة قام بها الباحث شير كاوجه لسنة 2013 تحت عنوان، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، وفيها تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى إشكالية تتعلق بتكنولوجيا الإعلام والإتصال والدور الذي تلعبه في تحسين الإتصال الداخلي للمؤسسات العمومية الجزائرية والهدف منها تحليل وتقييم واقع الإتصال الداخلي بالمستشفيات العمومية ومدى إستغلالها لتكنولوجيا المعلومات والإتصال الداخلي بها محاولة معرفة خصائص قطاع الصحة عموماً والمؤسسات

الإستشفائية العمومية الجزائرية خصوصاً والمساهمة في الدراسات المتعلقة بهم للرفع من مستواهم، وكان التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة: هل يمكن لتكنولوجيا المعلومات والإتصال أن تؤدي دوراً مهماً في تحسين الإتصال الداخلي بالمستشفيات العمومية؟

8-3- الدراسات الغربية:

8-3-1- الدراسة الأولى:

دراسة (moor man and bowker 2011)

إستهدفت التعرف على أثر إستخدام الأنترنت والشبكة الإجتماعية في نوعية العلاقة والتوافق النفسي لدى عينة من طلبة المرحلة الجامعية في كندا. وتكونت عينة الدراسة من (541) طالباً وأشارت النتائج إلى أنه لا توجد علاقة دالة بين إستخدام الفيسبوك ودرجة التوافق النفسي للطلبة.

8-3-2- الدراسة الثانية:

دراسة (Jain, gupta and anad 2012)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير مواقع الشبكات الإجتماعية في تفكير الشباب، وتكونت عينة الدراسة من (100) شاباً في الفئة العمرية من (18-30) عاماً من خلال البريد الإلكتروني أو إرسال الإستبانة خلال مواقع التواصل الإجتماعية المختلفة. حيث تبين أن مواقع الشبكة الإجتماعية تعمل على تعبئة الرأي العام وأن لمواقع التواصل الإجتماعي تأثيراً على تذكير الشباب.

9- صعوبات البحث:

- إعترضتنا العديد من العراقيل والصعوبات المعرفية والمنهجية النظرية والميدانية نذكرها فيما يلي:
- إنعدام المراجع المتعلقة بالمعلومات حول موقع التواصل الإجتماعي تيك توك، الأمر الذي دفعنا للإستعانة بالمواقع الإلكترونية لجمع المادة العلمية.
 - قلة المراجع المتعلقة بالجسد الانثوي، ولا سيما منها الورقية، الأمر الذي دفعنا للإستعانة بالمذكرات والرسائل والأطروحات الاكاديمية، والمقالات العلمية والمواقع الإلكترونية.
 - عدم التفاعل الجاد من قبل الباحثات مع الإستبيان الإلكتروني، ما أدى إلى ثقل في عملية الردود الإلكترونية. ما دعانا إلى تكثيف عملية النشر على أوسع نطاق والإرسال عبر تطبيقات الدردشة.

الفصل الثاني

الإطار النظري

الفصل الثاني : الإطار النظري

- تمهيد:

نخصص هذا الفصل لعرض المفاهيم الرئيسة لبحثنا والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة من خلال تقديم ماهيتها، وبصفة خاصة تطبيق تيك توك، من خلال التعرض إلى تعريفه ونشأته وخصائصه وطرق عمله، كما نتطرق إلى مفهوم المرأة من خلال عرض ماهيتها وتعريفها المرأة في الحضارات القديمة، حاجات المرأة وخصوصيات المرأة الجزائرية وغيره من العناصر كما نتطرق إلى عنصر ومفهوم الجسد الأنثوي، من خلال التعرض إلى معاني الجسد الأنثوي ودلالاته وغير ذلك من العناصر المتعلقة به. وبهذا نكون قد سعيينا للإحاطة النظرية بكل جوانب الموضوع من خلال الإعتماد على التراث النظري الذي تم كتابته في المفاهيم الأساس لبحثنا.

أولاً : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي:

تُشير مواقع التواصل الاجتماعي إلى المواقع والبرامج التي تعتمد على شبكة الإنترنت لتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل المعلومات فيما بينهم من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمولة، ويمكن استخدام هذه المواقع لأهداف اجتماعية؛ لتحقيق التفاعل بين الأصدقاء وأفراد العائلة وغيرهم أينما وجدوا، كما يمكن استخدامها لأهداف تجارية؛ وذلك لأن هذه المواقع أصبحت قواعد تسويقية مهمة للشركات التي تسعى إلى جلب انتباه المزيد من الزبائن، وتُتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية الوصول إلى محتواها الذي يتضمن أنواعاً مختلفة من المعلومات أو الصور ومقاطع الفيديو، أو حتى الوثائق.

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية الى عالم الاجتماع "جون بارنز" في عام 1954 فالشبكات الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في النوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة وساهم ظهور شبكة الأنترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية عبر الأنترنت المبنية على التطبيقات Applications التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أساساً على التمثيل بحيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والأحداث والإهتمامات في اطار شبكاتهم الشخصية¹.

وتعتبر أوائل التسعينيات من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية أو التي تسمى بشبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت حيث صمم "راندي كونرادز" موقعا اجتماعيا للتواصل مع اصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام 1995 وأطلق عليها اسم Classnates.com وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل الكتروني افتراضي بين الناس².

¹ - عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الاردنية، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد 1، (الأردن جامعة البرا 2013)، ص 70

² - عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، موقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، ط1، (عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع،

قد مرت شبكات التواصل الاجتماعي في تطورها بمرحلتين أساسيتين هما:

- **المرحلة الأولى:** يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية هي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب Web1 .

وتشهد هذه المرحلة البداية التأسيسية للشبكات، من أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة هي شبكة موقع Six degrés عام 1997 وهو الموقع الذي يمنح فرصة للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح حياتهم ولمحاتهم العامة، وإدراج اصداقائهم وبدأت فكرة قوائم الاصدقاء عام 1998 وشهدت هذه المرحلة مواقع متعددة أشهرها موقع Journal live وموقع Cy World عام 1999 الذي أنشئ في كوريا، وموقع Ryuze تبلور الهدف منة في تكوين الشبكات الاجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية.

والجدير بالذكر أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطيع أن تدر ربح على مؤسسيها ولم يكتب للكثير منها البقاء¹.

- **المرحلة الثانية:** مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن القول أنها بدأت مع الموجة الثانية للوب Web2، والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع My space وهو الموقع الأمريكي المشهور في موقع فيس بوك.

وشهدت هذه المرحلة من تطور شبكات التواصل الاجتماعي من إقبالا متزايد من قبل المستخدمين لموقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك لإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمين الانترنت على مستوى العالم².

ويعتبر الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم في سنة 2002 أين ظهرت شبكة Feiehdstek التي حققت نجاحا دفع "Google" الى محاولة شرائها 2003، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Skyrooh كمنصة للتدوين، ويمكن القول بأن هذه الشبكات بلغت شعبية كبيرة خلال فترة ما بين 2002 و2004، من خلال ظهور ثلاث مواقع اجتماعية توصيلية كان أولها موقع Friend ster عام 2003 ثرتلة موقع Myspace وموقع Bedo وعام 2005، حيث كان موقع Myspace الأكثر شعبية من بينها.

¹ - فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، (عمان، الجاندريه، للنشر والتوزيع، 2016، ص ص 12-13.

² - ابراهيم قائد احمد خالد، استخدام الفاييسبوك ودوره في تكوين علاقات الصداقة لدى عينة من الطلبة الدراسات العليا والجامعية مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد 42 ، (المغرب، جامعة محمد الخامس، ماي 2018)، ص 54

ثم برزت موقع Facebook عام 2004 من طرف مارك زوكربيرغ ليجمع زملائه في جامعة هارفرد وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لاسيما بعد انفتاحه على الافراد خارج الولايات المتحدة، وبهذا بدا الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي حيث عرف الويب 2.0 ظهور الكثير من الشبكات الاجتماعية قدر بعضها عام 2009 ب 200 موقع¹.

2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرفها محمد عواد بأنها: تركييبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة، بحيث يتم اتصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء للشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمق كطبيعية الوضع الاجتماعي أو المعتقدات التي ينتمي اليها الشخص².

وسميت شبكات التواصل بـ "اجتماعية" لأنها أتت من مفهوم " بناء المجتمعات" فبهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة اثناء تصفح الانترنت، والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه، واخيرا مشاركة هذه المواقع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه، فبهذه الشبكات ظهرت قبل انطلاق تطبيقات الجيل الثاني ولكنها نسبت في تقنياتها الى شبكة 2.0 لما لها من الامكانيات والتطبيقات³.

وتعرف الباحثين (Boyd and Ellison) مواقع الشبكات الاجتماعية بأنها صنف من المواقع تقدم خدمات تقوم على التكنولوجيا الواب تتيح للأفراد بناء ملمح متاحة للعموم أو شبة متاح للعموم في اطار نظام محدد، كما تتبع هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين (قائمة الاصدقاء).

¹ - عبد الكريم علي الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، مرجع سابق ص 70

² - درقاوي عبد القادر الشريف، الفيس بوك في الوطن العربي: "دراسة علمية لظاهرة المنظمات الافتراضية، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، عدد 1 (وهران: جامعة وهران السانبا، جانفي 2015)، ص 99.

³ - عواج سامية، الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي: الابعاد والمخاطر ، تم الإسترجاع (21/04/2022.09.15) متاح

على: <https://www.asjp.dz/eh/articel/161898h/fr-dz>

ورغم شيوع المصطلح فإن الباحثان قامتا بإعادة صيغته من جديد وإعادة النظر فيه حيث اقترحنا تعريفاً جديداً يؤكد على أن مواقع الشبكات الاجتماعية هي من منصات تواصل شبكي يقوم المشاركون فيه بـ :

- استغلال بروفایل خاص يتكون من المضامين التي يوفرها المستخدم ومن مضامين أخرى يوفرها "الأصدقاء" وأخرى يفرزها نظام الموقع.
- الاستعراض العام لعلاقاتهم التي يمكن للأخرين مشاهدتها والاطلاع عليه.
- والوصول إلى السيول من المضامين يوفرها المستخدم تتكون من صور ونصوص وفيديوهات أو مزيج منها، كما تتيح هذه المنصة وصلات بعضها أصدقاء المستخدم¹.

3- خصائص شبكة التواصل الاجتماعي:

تتمتع شبكات التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص التي جعلتها تتميز على بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت، ورغم تنوع هذه الخصائص من نوع إلى آخر إلى أنها تشترك في عدد كبير من الخصائص ونذكرها كالتالي:

- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: Profil page:

ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد والبلاد والاهتمامات والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات².

- المشاركة:

حيث تشجع المساهمات والتطبيقات من الأشخاص المهتمين³.

- الانفتاح:

اذ أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت على الانفتاح والعالمية لسهولة التواصل متخطية جميع الحواجز، والقيام بتبادل المعلومات والآراء⁴.

¹ - معز بن مسعود: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة اعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، (تونس: مطبعة ر د م ك 2015)، ص ص 48 - 49.

² - أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات، السعودية، جامعة أم القرى، السعودية، 2014 / 2015، ص 399

³ - ابراهيم أحمد الدوري، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، ص 07.

⁴ نفس المرجع، ص 07.

- المحادثة:

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال اتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

- الاصدقاء والعلاقات:

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الاصدقاء.

- ارسال الرسائل:

تتيح الخاصية إمكانية إرسال الرسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الاصدقاء أم لم يكن¹.

- ألبومات الصور:

تتيح هذه الخدمة للمستخدمين انشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها أو تحويلها.

- المجتمع/ المجموعات:

تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعة الاهتمام، حيث يمكن انشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين².

- الصفحات:

ابتدع هذه الفكرة موقع Face book وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحابها المنتجات التجارية فرصة عرض

¹ - محمد عبد المنعم وآخرون: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، ص 289-290.

² - وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا الى الميثودولوجيا، المركز العربي الأبحاث الفضاء الالكتروني مارس 2012 ، ص 135.

السلع أو المنتجات للفئات التي يحددها، ويقوم موقع فيس بوك باستقطاع مبلغ من كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم¹.

- الترابط:

عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض عبر الوصلات والروابط التي توفرها.

- التوفير والاقتصادية:

اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد ببساطة يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي².

- التفاعلية:

الفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتبة ومشارك فهي تلغي السلبية في الاعلام القديم (التلفاز، الصحف الورقية) وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ. * وهناك خصائص ومميزات أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي وتتمثل في:

- انتشار المعرفة.
- نشر الحوافز بين الشعوب والمجتمعات.
- الحضور الدائم غير المكلف.
- حرية الرأي والتعبير.
- الغاء الفوارق الاجتماعية بين المجتمعات³.

¹ - نفس المرجع. ص 136

² - عواطف عبيدي سعد، استخدام أئمة المساجد لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيش بوك" أنموذجا دراسة ميدانية بولاية الوادي

شهادة ماستر في العلوم الاسلامية 2015 / 2016، ص 133

³ - هناء سرور: وسائل التواصل الاجتماعي واثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة، محور: تأثير وسائل

الاتصال في التطور الاجتماعي الاقتصادي، قطاع الاعلام والاتصال، ص 12

4- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

يوجد العديد من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، نصنفها كالآتي:

4-1- النوع الأول:

يختص بالإتصالات والتبادل المعلومات، وأمثلة عن هذا النوع من التواصل الاجتماعي نذكر :

- المدونات Blogs:

وهذا مثال عن المدونة الشخصية، حيث يوجد العديد من أنواع المدونات، بعضها يختص بتناقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها أما الآخر فيختص بأمر شخصي ويومية.

- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:

لعل من أشهر هذه المواقع موقع فايسبوك ولينكدان وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الإهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع البحث عن أصدقاء¹.

- موقع الفعاليات Event:

هذه النوعية من الموقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما تمكن هذه المواقع المستخدم من خدمات تحديد المواقع الجغرافية لتحديد موقع التجمع مما يميز هذه المواقع الالكترونية بإمكانية التحديث التلقائي، فيمكن الداعي من فعالية تغيير المواقع والزمان وبالتالي سيعرف كل المدعوين بهذا التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم كل على حدى.

4-2- النوع الثاني:

من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء فرق العمل. الويكي Wiki وهي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، من أفضل الأمثلة في موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل المستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات.

4-3- النوع الثالث:

من مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الوسائط المتعددة، وسائط التصوير والفن photo sharing حيث تمكن من الاشتراك في العديد من مواقع تخزين وبث الفيديوها باستخدام هذه النوعية

¹ - علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، الجامعة الإسلامية، ص 3.

من المواقع، كما يمكن مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، ويمكن الموسيقيين من نشر ابداعاتهم الموسيقية والتعرف على الرأي الجمهور فيها، كما يمكن أن تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الانتاج الفني.

4-4- النوع الرابع:

هو مواقع الرأي والاستعراض Reviews and opinions استعراضات السلع Product.

Reviews

4-5- النوع الخامس:

من مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الترفيهية الاجتماعية مواقع العوالم الافتراضية

¹.Virtual worlds

¹ - نفس المرجع، ص 3.

ثانياً: ماهية موقع التواصل الاجتماعي (التيك توك Tik Tok)

1- تأسيس ونشأة تيك توك (Tik Tok)

نشأ تيك توك في أغسطس 2014 حيث قرر "أليكسزو" إطلاق "تطبيق Musical'y"، بعد فشل التطبيق الأول الذي طرحه هو وشريكه "لويس يانج" في الأسواق والخاص بعرض الفيديوهات التعليمية القصيرة التي لا تتجاوز مدتها 5 دقائق لقتل الملل عند الباحثين عن الدورات التعليمية المتخصصة "online"، ما يتيح لهم فرصة أكبر للتعلم والاستفادة من المحتوى المرئي المعروف، نظراً لأن طول الفيديو التعليمي يصيب الأغلبية بالملل، وبالتالي الإنصراف عن المحتوى إلا أن التطبيق ومنذ اليوم الأول لطرحه كان مصيره الفشل، فكان البديل تحويل الفكرة من فيديوهات "التعليم" إلى "الرقص" وتأدية مقاطع "بلادي باك"، نظراً لأنهما في مأزق حيث يديناني 250 ألف دولار للمستثمرين الذين تبنا فكرتهما، ولم يبق معهما سوى 8% منها لأن تصوير المحتوى تعليمي أمر مكلف، على حد تصريح "زو" وقتها وقد نجح الأمر، وحاز "ميوزكلي" على شهرة عالمية وانتشار واسع. في سبتمبر 2016 أطلق الصيني "تسانغ بمينغ"، تطبيقاً جديداً أسماه "التيك توك"، مبني على "ميوزكلي" الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتالين، وبحسب ما نشره موقع جديد فيه حسب تقرير نشره موقع "ihews" البريطاني وقتها فإن مستخدمي تطبيق "ميوزكلي" انتقلوا بحساباتهم عليه إلى "تيك توك" دون الحاجة إلى إنشاء حساب جديد، والسبب في ذلك هو أن أليكس زو صاحب "ميوزكلي" هو نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق التيك توك. استمر التطبيقين في نجاح كل على حدى إلا أن "تيك توك" كان الأكثر نجاحاً وانتشاراً خاصة في 2018، حيث أكدت إحصائيات شركة (سنسر تاوود) للبحوث في السوق، أن تطبيق تم تحصيله أكثر من 45,8 مليون مرة في الربع الأول من العام الجاري، وتم تداوله في 150 دولة ومنطقة في العالم، وتصدر القائمة الأكثر تحميلاً على المتاجر الإلكترونية، أكثر من "فايسبوك" و "تويتر" و "إنستغرام" كما ذكرت شركة البحوث أنه تم استخدامه في الصين في 2018 فقط من قبل 150 مليون مستخدم، واتسعت دائرته ليصل إلى مناطق جديدة منها كمبوديا واندونيسيا و اليابان وماليزيا وتايلاند والفيتنام، وبالطبع الشرق الأوسط، لينفذ صاحبي ميوزكلي وتيك توك قرارهما بإخفاء الأول لصالح الثاني صبيحة يوم 12 أغسطس 2018، حيث

إستيقظ مستخدمي ميوزكلي ليجد أنفسهم دون سابق إنذار على منصة تيك توك، بسبب ضم العلامتين التجاريتين تحت إسم واحد وتطبيق واحد، وصل عدد مستخدميهم شهريا إلى 500 مليون مستخدم.¹

2- تعريف تيك توك :

يعرف أيضا بإسم دوين Douyn هي شبكة إجتماعية صينية لمقاطع الفيديو الموسيقية، تم إطلاقها في سبتمبر 2016 بواسطة مؤسسها " تشانغ بيمينغ " وهو نظام أساسي للفيديو حيث يمكن للمستخدمين تحميل مقاطع فيديو مدتها 15 ثانية أو عمل قصة مدتها دقيقة واحدة.

يتركز التطبيق على الموسيقى، وقد تم تصميمه في البداية للأشخاص لتسجيل مقاطع فيديو لأنفسهم تتم مزمنة الشفاه مع الأغاني، لقد أصبح التطبيق الأكثر إبداعا.

يمكن للمستخدمين إنشاء مقاطع فيديو فردية أو "duets"، وهوما مقطعان فيديو منفردان في شاشة منقسمتين، الهدف هو أن تصبح في نهاية المطاف ميم كما فعلت العديد من أشرطة الفيديو على الكرمة وتتخذ الشركة الأم المالكة لتطبيق التيك توك وهي شركة "ميوزكلي" من مدينة بيكين مقرا لها، وتشير المعلومات إلى أن الشركة قد أنفقت أمولاً طائلة لإستقطاب المشاهير نظراً لعدم توافدهم عليه بشكل كبير كما كان متوقع، فتمكن من إستضافة مشاهير كثر، كما يكثر وجود المراهقين فيه بشكل كبير هناك أيضاً.²

3- أدوات التفاعلية في " تيك توك ":

إنطلقت بحوث الإعلام الجديد في دراسته تفاعلية وسائل الإتصال وتأثيرات ذلك في إستخدامات جمهورها لها من منظور يقوم على دراسة تفاعلية وسيلة الإتصال كخاصية موجودة فيها من خلال آليات محددة، وأن هذا التوجه كان يتناسب إلى حد بعيد التوجه العام لبحوث الأنترنت و الإعلام الجديد في المراحل المبكرة. والتي إهتمت فيها بإستكشاف الوسيلة وتقييمها.

تعرف التفاعلية بأنها قدرة تكنولوجيا الإتصال في خلف بيئة إتصالية تساهم في بناء عملية إتصال تزامني ولا تزامني بين المشاركين.

¹ - رباب طلعت: موقع إلكتروني: ما هو " التيك توك ". تاريخ نشر المقال الثلاثاء، يونيو/ 28 / 2022 ، تاريخ التصفح

2022/05/25، الرابط <https://www.e3lam.com/368752> -

² - محمد سيد: تيك توك، 19 نوفمبر 2018 موقع جامعة جيجل، تاريخ التصفح 2022/06/01، الرابط

<https://dspace.univ-jijel.dz>

والتفاعلية هي تلك العلاقة التي تنشأ من التفاعل بين الأفراد والمجموعات في الفضاء الإلكتروني كشبكات التواصل الاجتماعي والتي تتيح للأفراد والمجموعات مساحة وفرصاً للتبادل الثقافي والمعرفة.¹

وتتخذ التفاعلية أحياناً صورة تزامنية مثل إجراء "شات" ما بين فردين هو ما يتطلب وجود مرسل ومستقبل في آن واحد على شبكة الأنترنت وهناك التواصل اللاتزامني، والذي لا يحتاج إلى وجود مرسل ومستقبل معاً في آن واحد مثل البريد الإلكتروني. وتملك التفاعلية عدة أدوات تمكن المستخدم من التعبير عن رأيه في المحتوى المنشور عبر الوسيلة الاتصالية والتفاعل معه بصور مختلفة ومتنوعة.

ومن ضمنها تسجيلات الإعجاب Likes records، وتمكن مستخدمي الصفحات من التفاعل مع نصوصها، والوسائط المستخدمة في عرضها من صور وفيديوهات وذلك عبر الضغط على علامة Like.²

ويحتوي تطبيق "تيك توك" على عدد محدود من أدوات التفاعلية مثل "اللايك" "Like". و"كومننت" "comment"، و"الشير" "Share"،

بالإضافة إلى أداتين للتفاعل في حالة النقر مطولاً على الشاشة أثناء وجود فيديو، سواء في حالة التشغيل أو الإيقاف وهناك أداة ثالثة تظهر في فيديوهات الصفحة الرئيسية وهي "غير مهتم" (Not intersted) وتهدف لمعرفة تفضيلات المستخدم وطبيعة الفيديوهات التي ترغب في مشاهدتها. كما أن الضغط مرتين على الشاشة يعني الإعجاب بالمحتوى، وتظهر خاصية الرسائل على الجانب الأيمن من الشاشة، ويمكن للمتابعين المشاركة والتفاعل والتعليق على المحتوى. مما يعني أن العملية سهلة وبسيطة، ويمكن أن تلبي تطلعات المستخدمين بسهولة.

وعلى الجانب الأفقي والواقع أسفل الشاشة هناك أيقونة الصفحة الرئيسية، ثم أيقونة البحث والتي تسمح للمستخدم بأن يبحث عن الهاشتاجات (#) والحسابات المختلفة، ثم الزر الخاص بصناعة المحتوى باستخدام مجموعة من التقنيات المتوفرة في التطبيق. وهناك زر البريد الوارد، وأخيراً الصفحة الشخصية للمستخدم.

¹ - بلال بوترة: التفاعل الإلكتروني وأثره على الوظيفة التربوية للأسرة الجزائرية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك مجلة البحوث والدراسات، ع 22، 2016، ص 307.

² - شيماء الهواري وآخرين: مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع إعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي. دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحة قناة BBC، مجلة الدراسة الإعلامية، ع 01، 2019، ص 34.

4- خصائص ومميزات التيك توك:

بعد تطبيق تيك توك أحد أكثر التطبيقات المجانية تنزيراً في الربع الأول من العام الجاري بعدما تم تحميله 315 مليون مرة على مستوى العالم (منها 115 مليون مرة في مارس)، وبشكل عام يمكن تفسير خصائصه فيما يلي:

يقدم التطبيق فيديوهات جذابة لا تتجاوز مدتها 15 ثانية، مع إضافة الموسيقى وبعض المؤثرات الصوتية بجانب ملصقات التي تضاف إلى الوجه وذلك باستخدام تقنيات التصوير المتاحة على التطبيق والهواتف الذكية وهي فيديوهات التي يسهل تسجيلها في مختلف الأماكن ومشاركتها على الفور دون أي متطلبات فنية ودون أن تستغرق مشاهدتها وقتاً وجهداً فعند فتح التطبيق تعرض مقاطع الفيديو الواحد تلو الآخر، ما يمكن من مشاهدة مئات الفيديوهات لساعات ممتدة، كما يمكن مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما تحول التطبيق إلى منصة للتحديات المميزة ومن أمثلتها (Zoomchah lenge) الذي يدعي فيه المشارك أنه يتعرض للإستغلال من قبل مجهول وتحدي (Matilda challenge) الذي يحرك فيه المستخدم الأشياء بقواه العقلية ، وتتمثل أبرز خصائصه في الحفاظ على خصوصية المستخدم الذي يظل بمقدوره تحديد هوية من يشارك الفيديو أو يشاهده أو يعلق عليه.¹

ولا يمكن الوصول لمحتويات الفيديو بواسطة محركات البحث ومواقع الويب العادية، ونتيجة لكثرة المستخدمين العددية، تحظى مقاطع الفيديو التي تنشر على تطبيق بإنتشار واسع، وهو ما يعني إمكانية تحقيق الشهرة عبر قواعد جماهيرية من المعجبين والمتابعين، كما يمكن للمستخدمين أيضاً إضافة مقاطع فيديو وعلامات هاشتاج وفلاتر وأصوات إلى قسم " المفضلة "، يكون هذا القسم مرئياً فقط للمستخدم على ملفه الشخصي مما يسمح له بالرجوع إلى الفيديو أو علامة تصنيف أو فلتز أو صوت قام بحفظه مسبقاً.²

¹) - <http://Futureae.com> .(14:02 ، 16/05/2022،

²) - <http://futureae.com>(14:21 /16/05/2022 .

5- مضامين وأثار استخدامات "تيك توك":

5-1- استخدامات تطبيقات تيك توك:

يتم استخدام تطبيق "تيك توك" عبر الطرق، وتتجسد هذه الطرق في فتح تطبيق التيك توك، ما على المستخدم إلا التعرف على زر "+" لتصوير مقطع فيديو قصير جديد حتى 15 ثانية أو 60 ثانية. لكن تطبيق يعتمد على إختيار مقطع موسيقي أو أغنية أو مشهد مشهور من أحد الأفلام، وذلك من خلال النقر على أيقونة CD ثم محاكاة الفيديو وإعادة تمثيل المشهد بطريقة ساخرة غالباً.

وبعد تصوير مقطع الفيديو يمكن للمستخدم تطبيق تأثيرات مختلفة بالإضافة إلى إمكانية تسريع أو إبطاء الفيديو أو إضافة ملصقات إلى جانب إمكانية إضافة تأثيرات حركية مختلفة على مقاطع الفيديو كما يمكن للمستخدم مشاركة مقطع فيديو من هاتفه مباشرة ومثل أي شبكة إجتماعية أخرى بمجرد فتح التيك توك يظهر للمستخدم مقاطع الفيديو الرائجة مع إمكانية السحب للأعلى لإكتشاف مقاطع فيديو جديدة أو إستعراض أبرز الوسم والموضوعات الشائعة والبحث عن المستخدم أو موضوع ما (تعليمي، ترفيهي ..) من خلال تبويب البحث وذلك مع إمكانية النقر مرتين لإبداء الإعجاب أو الضغط مطولاً لإبداء عدم الإعجاب.

بالإضافة إلى إمكانية متابعة المستخدمين وتلقي تنبيهات عند نشر مقاطع جديدة.¹

5-2- الآثار الإجتماعية لتطبيق تيك توك:

تتراوح الآثار الإجتماعية للتطبيق بين الإدمان والنبذ الإجتماعي وغير ذلك وهو ما يمكن الوقوف عليه تفصيلاً على النحو التالي:

- تحديات خطرة:

في "تيك توك" يمكن المستخدمين من الإشتراك في خمس تحديات مختلفة. وهي تحديات التي حظى بعضها بشهرة واسعة مثل تحدي (in my feeling challenge) الذي اجتاحت مختلف وسائل التواصل الإجتماعي. ويعد تحدي (breaker skull) أحد أخطر التحديات الذي لقي شعبية كبيرة على التطبيق على الرغم من خطورته التي تصل إلى حد الوفاة من ناحية وبدايته على سبيل الدعابة بين طالبين في إسبانيا من ناحية أخرى²، فموجب ذلك التحدي يحاول شخصان عرقلة الثالث أثناء قفزه

¹ - محمد سيد: تيك توك. تاريخ نشر المقال 19 نوفمبر 2018، تاريخ التصفح 2022/05/29، الرابط

<https://www.google.com/search?q>

² - 2020, 06, 26, 09 Com 20 09, 26, 06, 2020 http: //futureuae. تاريخ نشر المقال 2020/06/26، تاريخ التصفح

2022/05/10، الرابط <https://www.google.com/search?q>

وهو ما أسفر عن إصابات عديدة وخطيرة للعديد من المشاركين وبخاصة في الظهر والرأس، وهو ما حذر منه الأطباء لما قد تتجم عنه من إصابات قد تصل إلى إرتجاج المخ أو الشلل والوفاة. وعلى الرغم من ذلك يجدر القول أن تلك التحديات بشكل عام تمنح التطبيق خصوصية تصنيف إلى جاذبيته وتدفع المستخدمين لإنشاء محتويات جديدة ومشاهدة محتوى الآخرين.

- النبذ الاجتماعي:

إقترن القبول المجتمعي إلى حد بعيد بعدد المتابعين، فإذا كان قليلاً أو معدوماً، شعر المستخدمون بأنهم منبوذون لا يرغب أحد في صداقتهم، وهو قد يسفر عن الوحدة والاكتئاب ويدفعهم إلى مقارنة أنفسهم بأصدقائهم، بل وجذب الانتباه بأي طريقة ممكنة ليتحول إلى محاولات بائسة وخرقاء للفت الانتباه بأي طريقة ممكنة.

يدخل المستخدمون سباقاً محتدماً للتميز عن الأقران من مستخدمي التطبيق ودون تحقيق الشهرة أو إمتلاك قاعدة عريضة من المعجبين قد يشعرون بالإحباط أو النبذ الاجتماعي وهو ما يعني أن "تيك توك" تطبيق للباحثين عن الشهرة التي لا يسهل تحقيقها على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بهذا التطبيق وهو ما قد يسفر في المقابل إدمانه.¹

- الحسابات الوهمية:

يتستر الكثيرون خلف حسابات وهمية للتتمر والتحرش بالمستخدمين عبر الرسائل والتعليقات مع الأخذ بعين الاعتبار أن تحويل الحسابات إلى حسابات مغلقة للأصدقاء فحسابه لا يحول دون ظهور صورة البروفايل والمعلومات أسفله للكافة وهو ما يكمن فهمه بالنظر لطبيعة المستخدمين فيمكن لأي شخص إنشاء حساب على تيك توك بشرط عمره 13 عاماً ومع ذلك تتراجع فعالية الضوابط التي تتحول دون تسجيل من قل أعمارهم عن ذلك.²

- العزلة الاجتماعية:

رغم أن التطبيق يدور حول التواصل الاجتماعي مع الجمهور، إلا أنه في الواقع يميل مستخدميه إلى العزلة الاجتماعية لدرجة أنهم لا يستطيعون الإهتمام بالعلاقات التي يحيطون بها ويفضلون عنها الشاشات.

¹ - جريو دنيا: إتجاهات الشباب نحو إستخدام التيك توك وعلاقته بالقيم الاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل

2020، ص22.

² - جريو دنيا، المرجع السابق، ص22.

- مضیعة للوقت والطاقة:

یقضی مستخدموه ساعات طويلة على التطبيق ویستنزفون الكثير من الوقت والمال بلا نتیجة ورغم أن البعض قد یجني من ورائه المال ولكن ليس الكل. فهناك مخاطرة بأن المتابعین قد یحبون أو لا یحبون، وعندما لا تقدم ما یریدون فإنك لا تتحصل على أي شيء بالمقابل.

- النرجسية:

معظم مستخدمي التطبيقات مهووسون بنفسهم، قد تعرف صديقاً من مستخدمی تیک توك وكل ما یطلبه هو تصویر مقطع فيديو له أثناء القيام بأعمال مجنونة.

- الاكتئاب:

مستخدمو تیک توك إذا فشلوا في تحقيق رغبتهم في القبول قد ینتج عن ذلك توتر، ضغط وإكتئاب.

ثالثا: ماهية المرأة:

1- تعريف المرأة:

الكثير من الناس حاول تعريف المرأة لكونها المخلوق الذي يشغل الجميع اينما حلت واينما وجدت حيث عرفها الكثير من العلماء والادباء والفلاسفة وكل حسب اختصاصه فمنهم من التجأ الى الفن بمختلف ألوانه وعرفها بالعواطف ومنهم من ذهب الى المجتمع والواقع وموقع المرأة في هذا ومنهم من ذهب الى العلم ليدرس التكوين البيولوجي والنفسي والعضوي للمرأة واستعمل المختبر لتعريفها..

فإن اردنا تصفح الادب في كل بقاع الدنيا لوجدنا المرأة عنوانهم الاول الفنان يبدع ويبحث عن ما هو ملهم فمنهم من وجد ضالته بالمرأة فمنهم من يراها حنونا او يراها لبوة بلا قلب ومنهم من يراها كل مسببات الحب

ومنهم من يرى جسدها لوحة وابداع من الخالق ومنهم من يراها عورة وهكذا دأب الفنانون في تجسيدها بشتى صور الفن وهذا كله يتجسد بماهية المرأة للرجل فأختصرها شكسبير وقال عنها (المرأة كوكب يستتير به الرجل ومن غيرها يبيت في ظلام)

وقالت الاسطورة الهندية (المرأة بالنسبة للرجل ... مرآة ينضر من خلالها الى مجده، ووسادة يتكأ عليها عندما يكون تعب ، وقناعا يختبئ وراءه وهو تعس ، وفكرة تستغزه فيبدع ، ومنازة يهتدي بها وكذلك من حاول بيان جنس المرأة فذهب بلزك في ذلك الى تعرفها فقال عنها (المرأة هي مخلوق بين الملائكة والبشر).

وكذلك قال الحكماء والفلاسفة والادباء والشعراء والمتمدنين والجاهلين والقادة والساسة والرعاة ما يسر المرأة وما يحزنها كل حسب تجربته معها.

اما الواقعيين والاجتماعيين فاختلقت رؤيتهم لها على مدى تطور الحضارات واختلاف الاوقات فالقلة القليلة منهم من يراها بعين التخلف ولا يعتبرها سوى اداة وجدت لإسعاد الرجل وان دورها في المجتمع لا يتعدى الحمل والانجاب ومنهم من يختلف كلا او جزئيا وذلك باختلاف المجتمعات والعوامل المؤثرة بذلك المجتمع من دين او تقاليد وعادات او الطبيعة الاقتصادية او التكوينية وما الى غير ذلك من أمور قد تختلف فيها مكانة المرأة نضرا لتلك العوامل ، ولكن الواقع قد يفرض تعريفه بنفسه عن المرأة فهي نصف المجتمع او اكثر من ذلك فهي القطب الاخر من المغناطيس فبأنعدامه تغيب الجاذبية وما كانت هناك حياة

وكيف لنا ان ننسى دور الام في انشاء وتقويم المجتمع وغيرها من الادوار التي تقوم بها المرأة في شتا مجالات الحياة حيث اختصر الكلام عن ذلك الشاعر حافظ ابراهيم حين قال (الام مدرسة اذا اعدتها اعددت شعبا طيب الاعراق).

اما العلم الحديث ذلك العلم الفضولي الذي يبحث عن كل ما هو كبير او صغير فكانت المرأة هي من اولوياته كما لها الاولوية في شتا المجالات، حيث قامت الكثير من الدراسات في كل ما يتعلق بالمرأة من التكوين البيولوجي والعضوي والنفسي والسلوكي وكل ما يتعلق بها حيث اجاب العلم عن تساؤلات الكثيرين حول عاطفة المرأة ورقتها وهذا ما اثبتوه علماء السايكولوجيا حول ان المرأة هي اكثر تعرضا للاكتئاب والانفعال والتأثر والبكاء من الرجل وذلك يعود لافراز هرمون (الارستروجين) الذي يلعب دورا في افراز هرمون (السيروتين) وهو المسؤول عن الحالة النفسية للانسان حيث يفرز عند المرأة بطريقة تختلف عن الرجل وهذا الامر الذي فسر به العلماء او اصحاب هذه الدراسة لماذا المرأة تكون سريعة الغضب والاكتئاب والبكاء وتكون سريعة التأثر النفسي وهذا بسبب تلك الهرمونات التي يمكن علاجها ،بأي حال هذه مجرد فرضية او نظرية ممكن دحضها مع تطور العلم والاكتشاف والامر الاكيد الذي لا يمكن دحضه هو ان المرأة هي عاطفية حنونة رقيقة على الاقل عندما تكون "ام" اما علماء البيولوجيا فقد عللو سبب كثرة الانحناءات بجسم المرأة وسبب طريقة سيرها المتمايل ذلك ان انسيابية عضلات المرأة وتقارب ركبتيها لاسباب تتعلق بشكل الحوض الذي يرتبط باسباب الحمل وما الى ذلك سببا في يؤدي الى تمايلها اثناء السير وهو الامر الذي سبب القلق للكثير من الرجال والهم الكثير من الشعراء والفنانين.

بعدما تعرفنا على ماهية المرأة حسب نظرة اولئك السالفين في الذكر والحياة يأتي بنا الدور لنقوم بتعريفها وبيان موقعها ومكانتها في الوقت الحاضر مع تزايد الاصوات بالمطالبة بحقوقها كاملة بما فيها المساواة بالرجل والعمل وما الى ذلك من حقوق حيث وقف البعض صارخا مطالبا بالمساواة التامة بالرجل في كل شئ وهذا ما لا يمكن ان يحدث حتى في تلك المجتمعات الغربية التي ذاع صيتها في مجال حقوق الانسان حيث ان بعض ما هو في الرجل غير متوفر بالمرأة ونقصد هنا القوة البدنية والنفسية ولا نقصد الادراك فبعض الاعمال تكون مشينة بحق المرأة اذا قامت بها عوضا عن الرجل وكذلك بعض المهام الاجتماعية كالامومة حيث لا بد ان يقوم كلا بدوره الاجتماعي على حد سواء والا لانقلبت الموازين وانهار المجتمع ، نحن لا نعط للمرأة حقوق اقل او اكثر من الرجل وانما نطالب بالمساواة النسبية بكل ما للانسان من حقوق يشمل الجنسين بكل ما يتلائم مع القدرة والحالة والمكانة الاجتماعية لهما بالتالي تكون هناك مساواة متوازنة وليست تامة،

هناك الكثير من النساء اللاتي كتب التاريخ اسمائهن عبر الازمان وفي مختلف المجالات من بطلات العشق الى بطلات السياسة حيث ان اردنا تصفح التاريخ العالمي لما اتسعت هذه المقالة لذكر حتى القليل منهم حيث استحدثت دراسة خاصة سميت "تاريخ المرأة" وهي تشتمل على دراسة تاريخ المرأة المكتوب وتأثيرها على الاحداث ودراسة العوامل المؤثرة على تطور المرأة والمجتمع.¹

2- حاجات المرأة:

إنَّ أكثر ما يغضب المرأة الإهمال؛ أن تُهمل مشاعرها وأحاسيسها، وتكون بعيد الروح والجسد عن تفكيرها. هي لا تريد أكثر من كلمة طيبة، ونظرة حب، وملاطفة وادعة. نحن بحاجة للتعامل مع المرأة بذوق عال، وأسلوب بسيط، هي لا تحب الغني، ولا تعجب بالوسيم، ولا تريد قَصْر مُنِيف تريد بيت يملأه الحب والسكينة والطمأنينة. الدفء هو ما تحتاجه المرأة سواء في العلاقات، المشاعر الأزومات التي تمر بها، وضعها البيولوجي، هي لا تريد غير قلبٍ يحتفظُ بها ويرعاها؛ يُشعرها بكينونيتها وأنها ملكة في نظر زوجها. تريد من يكن لها أباً وأماً وأخاً وصديقاً وسنداً، وتعشق من يحترم عقلها وكيانها.

دائماً تفعل المستحيل من أجل إرضاء الرجل، ولذلك تتغاضى عن أمور كثيرة في سبيل ألا تفقد الذي اختارته من بين كل هؤلاء الرجال؛ ليكون لها السند الذي تميل إليه حين لا تستطع أن تقف وحدها. وتذكر دائماً وصية مولانا جلال الدين الرومي: "للمرأة حضور خفي.. لا يراه ويهتدي به إلا رجل متفتح عارف."

سيدنا وحبيبنا محمد -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- حَتَّى تَعْرِفَ عَظَمَتَهُ، وَكَيْفَ كَانَتْ إِنْسَانِيَّتَهُ، وَحُبَّهُ لِأَهْلِهِ وَأَزْوَاجِهِ، وَمِنْ لَطِيفِ مَعَامَلَتِهِ -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- لَزَوْجَتِهِ أَنَّهُ كَانَ يَشْرَبُ مِنْ مَوْضِعٍ شَرَبَهَا، فَعِنَ عَائِشَةُ رَضِيَ اللهُ عَنْهَا قَالَتْ: "كَنْتُ أَشْرَبُ وَأَنَا حَائِضٌ، ثُمَّ أُنَاوِلُهُ النَّبِيَّ -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- فَيَصْغُ فَاهُ عَلَى مَوْضِعٍ فِيَّ فَيَشْرَبُ، وَأَتَعَرَّقُ الْعَرَقَ (تَأْكُلُ مِنَ الْعَظْمِ الَّذِي عَلَيْهِ لَحْمٌ) وَأَنَا حَائِضٌ، ثُمَّ أُنَاوِلُهُ النَّبِيَّ -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- فَيَصْغُ فَاهُ عَلَى مَوْضِعٍ فِيَّ" رواه مسلم، وقال صلى الله عليه وسلم: "إنك لن تنفق نفقة إلا أجرت عليها حتى اللقمة ترفعها إلى فمي امرأتك" رواه البخاري. قال ابن كثير: "وكان من أخلاق النبي . صلى الله عليه وسلم . أنه جميل العشرة، دائم البشر، يداعب أهله، ويتلطف بهم، ويوسعهم نفقة، ويضاحك نساءه."

¹ - هيثم الباقر، حقوق المرأة ومساواتها الكاملة في كافة المجالات ،الحوار المتمدن-العدد: 4742 - 2022 / 3 / 8 -

16:25 المحور: حقوق المرأة ومساواتها الكاملة في كافة المجالات. الرابط :

<https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=458392>

لا يُمكنُ أيُّها الرجل، أن تتعاملَ مع الأنثى كما الرجل الآلي! تنفي عنها إنسانيتها، وضعفها وأنّها شقيقةُ الروح، وأنسُ الحياة وبهجةُ العُمر، وآيةُ الجمال.

ومن جميل معاملته وعشرته -صلى الله عليه وسلم- لأزواجه حفظه لودّهنَّ، واعترافه بِجَمِيلِهِنَّ حتى بعد وفاتهنَّ، فقد كانَ يُكثرُ من ذكرِ خديجة -رضي الله عنها- ويُثني عليها، ويذبح الشاة ويبيعُ بها لصديقاتِ خديجة؛ ولذلك غارتُ منها أم المؤمنين عائشة رضي الله عنها وقالت: "ما غرتُ على أحدٍ من نساءِ النبي -صلى الله عليه وسلم- ما غرتُ على خديجة، وما رأيتها، ولكن كان النبي صلى الله عليه وسلم يُكثرُ ذِكْرَها، وربما ذبح الشاة، ثم يَقَطِّعُها أعضاءً، ثُمَّ يَبْعَثُها في صَدائِقِ خديجة فربما قُلْتُ له: كأنه لم يكن في الدنيا امرأةً إلا خديجة، فيقول: «إنها كانت، وكانت، وكان لي منها ولدٌ» (البخاري).

الزواج معناه: عندما تكون في بلاد الأسكيمو، وتكونُ زوجتك في أدغال أفريقيا، تشعرُ بها دون أن تراها. الزواج هو النظرة الرحيمة، واليد الحانية، والكلمة الطيبة. وفي سورة الروم آية: 21: "وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً". لماذا هُناك عُظماء صنعَهم امرأة؟ وهُناك تُعساء أفرحتهم امرأة؟ وهُناك من تغيّرت حياتهم بوجود امرأة؟ يقول رجل الأعمال الأمريكي "جاري ميلر" يصعب العثور على من يقول: "لقد كنتُ خائفًا لدرجة أنني أسرعتُ إلى زوجتي محمد فعل ذلك.. يوم جاءه جبريل، لا بد أنها امرأة عظيمة".

لا يُمكنُ أيُّها الرجل، أن تتعاملَ مع الأنثى كما الرجل الآلي! تنفي عنها إنسانيتها، وضعفها وأنّها شقيقةُ الروح، وأنسُ الحياة وبهجةُ العُمر، وآيةُ الجمال. اسمع للتوجيه القرآني: "وَعَاشِرُوهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ فَإِنْ كَرِهْتُمُوهُنَّ فَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَيَجْعَلَ اللَّهُ فِيهِ خَيْرًا كَثِيرًا". النساء: 19 يقول العلامة الجصاص الحنفي معلقاً على هذه القاعدة "وعاشروهن بالمعروف": هو أمر للأزواج بعشرة نسائهم بالمعروف، ومن المعروف: أن يوفيهما حقها من المهر، والنفقة، والقسم، وترك أذاها بالكلام الغليظ، والإعراض عنها والميل إلى غيرها، وترك العبوس والقطوب في وجهها بغير ذنب" أحكام القرآن للجصاص 47/3. ولنا في رسول الله أسوة حسنة حيث كان يوصي أصحابه بزواجهم خيراً، فعن عمرو بن الأحوص الجشمي . رضي الله عنه . أنه سمع النبي صلى الله عليه وسلم في حجة الوداع يقول: "ألا واستوصوا بالنساء خيراً، فإنما هن عوان عندكم رواه الترمذي، العوان: الأسير.¹

¹ - المرجع نفسه.

3- خصائص المرأة:

من أول هذه الصفات تذوق الجمال، ويلوح لنا أن جمهور الناس متفقون على اعتقاد أن المرأة أسلم ذوقاً من الرجال، وأقرب فطرةً إلى الحسن الجميل، فهي أخبر بتمييز شيات الحسن وسمات الملاحظة حيث كانت، ولا يبنون هذا الاعتقاد على تجربة محققة وآثار معروفة في الدائرة التي يظهر فيها التفوق في تمييز الجمال وإبراز معانيه؛ وهي دائرة الفنون الجميلة، أو في عالم الأزياء التي تتجمل بها المرأة وتتهالك على اقتنائها ولا تبتكرها هي لنفسها، وإنما يبتكرها لها الرجال ويدوم تعلقها بها على قدر استحسانهم والتفاتهم إليها، ولكنهم يبنون رأيهم في إثارة المرأة بهبة الذوق الجميل على أنها هي نفسها جميلة في نظر الرجل، فيسبق إلى وهمهم أن الجميل في النظر لا بد أن يكون مفطوراً على الجمال عارفاً بأشكاله ومناظره صادق الحكم في نقده وتمييز ألوانه ودرجاته، وهو وهم لا حاجة بنا إلى الإسهاب في نقضه وإظهار بطلانه؛ إذ كان من الحقائق المسلمة أن الجمال لا يُؤتي صاحبه القدرة على الفهم في موضوعه المتعلق به ولا في غيره من الموضوعات، وليس باللازم من كون الشيء جميلاً أنه ذو دراية بالجمال وإحساس به، فإن من الجمال ما يكون في الجماد، ومنه ما يكون في النبات، ومنه ما يكون في الإنسان القدم الذي لا ذوق له، وفي الطفل الصغير الذي لا عقل له فمن الخطأ أن يظن بالمرأة سلامة الذوق لمجرد أن الذوق السليم يرتضي النظر إليها ويستحب محاسنها، كما أن من الخطأ أن نظن مثل ذلك بالفاكهة التي نستلذها، والصورة التي نعجب بها، وإذا جاز أن يتخذ جمال المرأة علامة على صفة ما، فأولى بذلك الجمال أن يدل على سلامة ذوق الرجل وحسن تمييزه؛ لأن المرأة قد خلقت جميلة كي تروق في عينه، وتتمكن من قلبه؛ فهو المقصود بمحاسنها، وإليه المرجع في اختيار المستلح من شمائلها، وترك المذموم من عيوبها، وهو لا يقصد بذلك إلا إذا كان هو المفطور على حب الجمال واشتهائه، وهو الممتاز بالقدرة على نقده وانتقائه، وقد لوحظ أن المرأة تعني بسلامة الأعضاء -كل عضو على حدته- أكثر من عنايتها بجمال الأعضاء وحسن تناسبها في مجموع شكلها، فإذا نظرت إلى الرجل تفرست في كل جارحة من جوارحه، وتأملت في تركيبها تأمل الطبيب الذي يفحص أجزاء الجسم، لا تأمل الناقد الفني الذي يلتفت إلى عموم الشكل، ثم إلى نسبة كل جزء منه إلى جملة أجزائه، ومعنى ذلك أن النزعة النفعية أغلب على مزاجها من النزعة الجمالية الفنية، وأنها تنتظر إلى جسم الإنسان نظرها إلى جهاز مركب لأغراض مفيدة لا إلى دمية معبودة، أو تمثال وسيم من صنعة الفن الجميل.

على أن الجمال نفسه ليس بالمزية المسلم بها للمرأة كل التسليم، ولا بالحكر الخالص لها المحرم على غيرها، فهذا شوبنهاور مثلاً ينكره عليها بته، ويزعم أن المرأة على العكس مما يظن الناظر إليها دميمة قبيحة، فإذا تخيلناها حسناء فانتة فهي الغريزة الجنسية التي تزيع بصرنا، وتطمس على بصيرتنا فتلهينا عن عيوب خلقتها، كما يلهينا الجوع والظما عن عيوب الطعام الخبيث والشراب الكدر! ودارون يعترف لها بالجمال، ولكنه يميل إلى تفضيل جمال الرجل على جمال المرأة، ويقيس ذلك على عطل الإناث، وروعة منظر الذكر في كثير من المخلوقات، ومقام شوبنهاور في الفلسفة ومقام دارون في العلم كلاهما في أعلى مكان.

والرحمة من أخص مناقب المرأة التي تُنتسب إليها، وكأني بسائل يبادر مستغرباً فيقول: وكيف لا؟ أفي ذلك شك أيضاً؟ فأقول: أما أنا فلا شك عندي في رحمة المرأة إذا دعتها الطبيعة إلى الرحمة ولكن يشك في ذلك كاتب من أذكى من نبغ في هذا العالم وأعني به تلميذ شوبنهاور «أوتو ويننجر» الألماني صاحب كتاب «المزاج والجنس» الذي أفرده للكلام في العلاقة بين الجنس والأخلاق فأتى فيه بالعجب من براعة التفكير واستقامة الملاحظة، فهذا الفيلسوف الفتى يرى أن المرأة مطبوعة على القسوة وبلادة الحس ولا دليل على ذلك إلا ما يتخذه الناس دليلاً على شدة عطف المرأة ورقة قلبها وعظيم شفقتها، دليله على قسوة المرأة أنها تصبر على مراقبة المرضى وخدمة المصابين وملازمة فراشهم ولا يكون هذا إلا من آيات الطبع البليد والقلب المغلف؛ لأنها لو كانت تعطف عليهم عطفًا صادقًا وتكره أن يتألموا لما أطاق الصبر على سماع أنينهم وإطالة النظر إلى سيماء العذاب والألم في وجوههم، ولكنها لا تشعر بالعطف الصادق، ولا تؤلمها الشفقة كما تؤلم نفوس الرجال فلا تحاول أن تبعد من أسرة المرضى كما يفعل الذي يؤذيه أذاهم وتوجعه أوجاعهم، وهذا تأويل صبرها على التمريض ومؤاساة الجرحى والترفيه عن المومجين.

أما أن شفقة المرأة غير شفقة الرجل فذلك ما لا ريب فيه، وأما أن ملازمة المرضى دليل على الخلو من الشفقة ففيه رأي آخر، وأولى بذلك عندي أن يكون دليلاً على الاستغراق في عاطفة الرحمة لا على الخلو منها؛ لأن من شأن الاستغراق في عاطفة من العواطف أن يذهل صاحبه عما حوله كما يذهل العاشق الواله عن موجبات البغض والنفرة من معشوقه، فإذا هو ينجذب إليه بما حقه أن يبعده منه، ويفتن فيه بما لعله أدعى إلى البغض والكراهية.

وكذلك الشفقة إذا لجت بصاحبها، فقد ينسى ألم المعذب الذي حرك شففته حباً في إنقاذه وتخفيف ألمه، وقد يصبر على رؤيته في أشد حالات العذاب والحزن؛ لأن ذلك يغذي عاطفته ويمدها بأسباب دوامها واسترسالها، فتقوى العاطفة وتصبر وتطرد في طريق سلس لين مهدته الشجون المتوالية

واللواعج المتلاحقة، وربما كان لضعف الخيال يد في تسهيل مناظر العذاب والشقاء على نفس المرأة، فإن سعة جوانب الخيال تجسم الآلام فتكبر وتتعدد، كما تكبر الصور وتتعدد في المرايا المعظمة المتقابلة، أما العواطف الحسية فهي حركات جسدية تتغذى بالمشاهدة، وقد تدفعها هذه المشاهدة إلى حد الموت، والظاهر أن سائر فضائل المرأة هي مما ينتمي إلى الجسد، لا إلى الروح، وهي بالحس ألصق منها بالبواعث النفسية والمبادئ الكمالية.

واعتمد كاتب إنجليزي هو بنيامين كد صاحب التأليف الاجتماعية المعروفة على قول شوبنهاور: «إن المرأة تحيا بجملتها في النوع أكثر من حياتها في الفرد.» فبنى عليه ما بنى وعلق على المرأة آمال المستقبل في السلام ووضع بين يديها وديعة «المثل الأعلى» وقال: إنها تؤثر المبدأ على المصلحة في كل خلاف يشتجر بين المبادئ والمصالح الحاضرة، فأما أنها تحيا في النوع أكثر من حياتها في الفرد فذلك حق، وأما أنها تدين بالمثل الأعلى، فذلك محل للشك الكثير، وإنما ساق الكاتب إلى القول به ما علمه من أن المرأة تخدم النوع بغرائزها، وتستقر النفوس إلى النضال في سبيل الأمثلة العليا، ولا يخفى أن الفرق عظيم بين من يخدم النوع بغريزته، وبين من يخدمه بالسعي وراء المثل الأعلى؛ لأن غريزة حفظ الذات كثيرًا ما تدفع بنا في طريق التقدم لنا وللنوع عامة، وكثيرًا ما كان لها الفضل الأول في ترقى الأنواع وتحسين خلق الحيوانات الدنيا والحشرات الحقيرة؛ ومع هذا لا نسمي الدفاع عن النفس والجهاد في تحصيل القوت تعلقًا بالمثل الأعلى وسعيًا وراء الكمال وإصرارًا على المبادئ والفضائل، فذلك لا يصح أن نسمي شقاء المرأة في إنتاج النسل وحضانة المستقبل طموحًا إلى المثل الأعلى وتجردًا لآمال الخير والكمال، فالمرأة لا تعرف المثل الأعلى ولا تغتر به إلا قليلًا وإنما هي أسيرة الحس والواقع وأمة الغرائز والدوافع الجسدية، وكل ما لم يكن محسوسًا ملموسًا لديها فهو هباء وعبث لا طائل تحته، ولا حظ له منها غير السخرية أو قلة الاكتراث، وفي آداب العرب شاهد على ذلك من تلك القصائد التي يناجي فيها الشعراء أزواجهم اللائعات على الجود وإتلاف المال للضيوف، اللاحيات على النجدة والخطر بالنفس وغير ذلك من الفضائل البدوية والسجايا النبيلة العالية، فهذه القصائد كثيرة متواترة تقوم المرأة فيها كلها بدور النصيح المذكر بالمصلحة الشخصية المحذر من المفاداة والتضحية، ولو كانت مما يجلب الحمد ويكسب السمعة والمجد، وقد يتفق أن يقع استثناء لهذه القاعدة فتسمع مرة فيما يسمع من هذه الشواذ القليلة أن امرأة من نساء العرب تتصح لزوجها أن ينحر مطيته لشاعر عابر، وتلك هي قصة المحلق التي نظم فيها الأعشى قافيته المشهورة،

ولكنك تبحث عن سبب هذا الشذوذ وعلة هذا الكرم العجيب فتعلم أن المرأة كانت تريد أن تزوج بناتها فاستأجرت لسان الشاعر لذلك!¹.

4- المرأة الجزائرية (تاريخ وخصائص):

تلعب المرأة دورا أساسيا في المجتمع ولقد أثبتت ذلك عبر العصور، فمهامها لا تقتصر فقط في التنظيف والتربية لكن أبعد من ذلك فعادة نجدها تشتغل في المنزل وخارجه، وتاريخ المرأة الجزائرية حافل بالإنجازات المهنية، فمن العمل اليدوي والحرفي الذي كانت تقوم به سابقا، أصبحت اليوم تحتل مناصب مرموقة وليس ثمة شك في أن الوجود المتزايد للمرأة الجزائرية في الحياة العامة يمثل أحد ركائز التغيير الاجتماعي والاقتصادي الذي تعيشه الجزائر منذ أكثر من ستون سنة من استقلالها حيث تمثل مواكبة المرأة الجزائرية مسار التغيير الحاصل انعكاسا لدورها وفعاليتها في مختلف الميادين لترتفع نسبة النساء العاملات في الجزائر ارتفاعا كبيرا في السنوات الأخيرة، لتصل إلى ما يقارب 20% من مجموع عدد السكان الناشطين، علما أن أغلبهن يشتغلن وظائف في مجال التعليم والصحة والقضاء، ولا يزال مؤشر نسبة النساء العاملات في تصاعد مستمر سواء في المدن أو في الريف ما يفسر تغير الكثير من المفاهيم في المجتمع الجزائري.²

¹ - عباس محمود العقاد، مطالعات في الكتب والحياة، تاريخ النشر الأصلي: 1924 النوع: ترجمة سيرة حياة.

² - مدون إلكتروني، إفريقيا قارتنا - العدد 27 يوليو 2018 ص 72 <https://doi.org/10.4000/insaniyat.6444>

ان المرأة الجزائرية لا تعيش لنفسها بل دائما تعيش لغيرها سواء أولادها وزجها وعائلتها عامة تقضي معظم حياتها في خدمتهم ،والمرأة العاملة نجدها تشتغل خارج المنزل في دوام كامل وعند رجوعها تواصل مهمتها في المنزل ،حتى المرأة الماكثة في البيت لها مسؤوليات ومهام أكثر غير التنظيف والتربية لكن عليها ايجاد مهنة او وسيلة تجلب لها دخل تعيل بيه عائلتها ان احتاجت.¹

كما أن مهمتها لا تقتصر فقط على الأعمال المنزلية من التربية والطبخ والتنظيف ،لكن مهمتها تتعدى هذه الخيرة الى مساعدة الرجل بل وتعد من أساسياتها ،ولهذا نجد أغلبية النساء الجزائريات تتقن أشغال يدوية لتساعدنها بمدخول ولو بسيط ،فالمرأة الجزائرية الافريقية تهوى القيام بالأشغال اليدوية وخاصة "الكروشييه" ،ولا تزال ليومنا هذا والتي نسميها بلهجتنا الجزائرية "صنعة" .

فهناك مثل يقول "صنعة اليمين أحسن من مال الجدين" ، المعنى لهذا المثل أنه اذا ورثت صنعة تبقى ولا تفنى لكن مهما ورثت من المال فيأتي يوم ينتهي بالاضافة الى ميلها الى تنسيق الزهور التي تزين بها منزلها، كما ان المرأة الجزائرية تهوى الموسيقى الى حد الادمان، فهي تستمع الى الموسيقى على مختلف أنواعها .

نعرض بعض من أهم الحرف اليدوية التي تتقنها المرأة الجزائرية :

- **الطرز** : وهي من أشهر الأعمال اليدوية التي لا تزال ليومنا هذا وتتعدد أنواعه حسب المناطق خاصة ،فالجزائر تعتبر من أكبر البلدان الافريقية والعربية، ومثال في الشمال نجد (المجبود، الشبيكة الفتلة، الشعرة، حرير القصب، كنتير ...)، أما في الجنوب نجد أيضا طرز تقليدي خاص بهم.
- **النسج** : مثل نسج البرنوس اللباس الخاص بالرجل الجزائري أو كل ما يخص المنزل من شراشيف وأغطية وغير ذلك.
- **الطبخ** : تنتشر الصناعات الغذائية بين السر الريفية والتي تعتمد على منتجات محلية مثل² المرببات بأنواعها ودائما ما تبذل المرأة الجزائرية في الطبخ سواء المناسبات أو غير ذلك، وتتقن الطلبات يشتهى أنواعها خاصة التقليدية وغيرها من الحلويات المعاصرة، أما الأطباق فتتنوع حسب المنطقة.

¹ - المرجع نفسه ص 73

² - المرجع نفسه ص 74

أيضا لا تبخل المرأة على زوجها في مد يد المساعدة خارج المنزل، فمثال في الفلاحة لها نصيب من العمل فنجد في موسم جني الزيتون نجد أغلب النساء خاصة منطقة "القبائل" يذهبن مع أزواجهن لجني الزيتون وفي موسم الحصاد أو الزراعة كذلك تذهب معه للمساعدة. وتبقى هذه بعض من العمال التي تقوم بها هذه المرأة الجزائرية رغم وجود الرجل معها لكن هذا لا يعني أن الرجل ليس له مسؤوليات أو تولى عنها، لكن دائما يتشارك المسؤوليات الزوجة وفي حالة ما اذا غاب الرجل فيكون المجهود أكثر فأكثر فتضطر للعب الدورين، دور الأم والأب معا، فمثل هذه الظروف تجبرها حتى على إتقان أعمال خاصة بالرجل.¹

¹ - المرجع نفسه ص 75

رابعاً : الجسد الأنثوي :

شكل جسد المرأة بخصوصيته البيولوجية وإمكانيته الطبيعية عبر تاريخ الحضارات الإنسانية والميثولوجيات القديمة والتصورات الدينية حقلاً لتناقضات بارزة، فهو مجال للقوة الميتافيزيقية، للسلطة المرتبة بسر الأمومة والخصوبة، وحمل الحياة الجديدة، وهو أيضاً مجال للشر، مصدر السحر والضرر، حاملاً للحياة والموت في آن واحد.

هو بهذا المعنى قلعة للدلالات والمعاني المتميزة والمتراكبة وفق متواليات تنصهر بينها الحدود تبعا لاستراتيجيات ناظمة للقول وضابط لحدوده عبر شفرات تتراوح بين البيولوجي والسوسيوثقافي الرمزي والأسطوري.

تلك هي قوة الجسد البليغة، نيتاً ومطبوحاً، خلق المعاني والموجودات على حد سواء.

1- معنى الجسد الأنثوي:

يجمع العديد من الباحثين على تعدد وتمايز دلالات الجسد ومعانيه، بتعدد زوايا النظر إليه ذلك أنه مقولة صميمية في سجلات مجموعة من المجالات العلمية والخطابية.

فالجسد كمزار للأنثروبولوجيا لا بد أن يصطبغ في تحديده المفاهيمي بمرجعيتها وأطرها النظرية. ذات الأمر مع علوم الطب، السيميولوجيا التحليل النفسي الذي يدخل الجسد ضمن اهتماماتها.

فجسد التشريحيين يخالف جسد الفيزيولوجيين وعلماء الأحياء والجسد كما تصوغه المؤسسة الطبية، والعلمية يغاير صياغة مؤسسات أخرى، سياسية أو إعلامية أو جمالية أو دينية أو رياضية. وكأن كل خطاب ينتج جسده ويمنحه تسميته وتقطيعاً وبطاقة دلالية، حيث يغدو الجسد، أجساداً مفهومية يحيل كل منها على حقل إيحائي معين أو شكلاً فارغاً تتناوب العلوم على ملء بياضه حسب شروط التداول الخاص والعام، فنتج معرفة أو معارف غير متجانسة تتوزع الجسد وتشذره إلى بقع ومناطق متباينة. فالجسد في اللغة جسم الإنسان، ولا يقال لغير الإنسان جسد من خلق الأرض والجسد، البدن ونقول له منه تجسد، وكما نقول من الجسم: تجسم والجسم كل ما له طول وعرض وعمق.

وكل شيء يدرك من الإنسان والحيوان والنبات، وعند الفلاسفة كل جوهر مادي يشغل حيزاً ويتميز بالثقل والامتداد، ويقابل الروح. وقد عرفه الجرجاني بأنه جوهر قابل للأبعاد الثلاثة: الطول العرض، العمق، جمع: أجسام وجسوم وفي التنزيل العزيز: " فأخرج لهم عجلاً جسداً له خوار " والمجسد: الثوب الملامس للجسد.¹

الجسد: الماهية والحقيقة، يقول ابن منظور: "جسم الشيء حقيقته، أما اسمه فليس بحقيقة".
"الجسد جماعة البدن" ومجموع أعضائه التي يحافظ الكائن الحي من خلالها على مختلف وظائفه.

ودرس علماء الإنسان والاجتماع لعاقبة الثقافة والمجتمع بجسد الإنسان ووجدوا أن معظم المجتمعات تشير إلى اليد اليسرى للإنسان على أنها رمزا للشر ولا خير فيها. (كمعتقد ديني أو اجتماعي) وأكدوا أيضا على أن جسد الإنسان لا يمثل جسداً بيولوجياً فحسب، بل هو بناء اجتماعي، ينتج عن ممارسات اجتماعية.

فالجسد لا يوجد إلا وهو مبني ثقافياً، من قبل الإنسان، إنه بناء رمزي وليس حقيقة في ذاتها. إنه نظرة موجهة للشخص من قبل المجتمعات البشرية التي تحدد معالم تخومه، دون أن تميزه في غالب الأحيان عن الإنسان الذي يجسده. ومن هنا منشأ المفارقة في المجتمعات التي لا وجود في نظرها .

تحت عنوان الجسد الأنثوي أو الجسد المرصود للألم رصدت الباحثة " دامية بن خويا" ثلاث لحظات أساسية، موشومة بالعنف والألم، متصلة بالجسد الأنثوي، ذو الوجوه المتعددة " هذا الجسد المشتبه، هو نفسه الذي يعطي الحياة، وبواسطته يستمر النوع البشري، لذلك قدسته شعوب كثيرة لأنه واهب الحياة. هو الجسد المشتبه الذي تعنفه التقاليد، والجسد المعطاء الذي يعنفه الألم، عنف الطبيعة وعنف الإنسان معا يمارسان على الجسد الأنثوي وكأنه لم يوجد إلا ليعنف. وقد شطرته إلى محاور:

- عنف الولادة، ساعة الوضع.
- عنف الزفاف أو العنف الناتج عن افتضاض البكارة ليلة الزفاف.
- الجسد المباح أو ضرب الزوجات²

¹ - شكري عبد الدايم : الجسد الأنثوي رؤى وتقاطعات، مرجع سبق ذكره، ص 56

² - نفس المرجع، ص 56.

2- الجسد الأنثوي وهوية الجندر :

تمثل المرأة القروية الجسد الأنثوي "وانعكاسات ذلك على تقييم هويتها في بعدها الفردي الأنثوي من جهة، والاجتماعي القروي من جهة ثانية"، شكّل موضوع بحث هذه الدراسة التي أنجزتها الدكتورة خلود السباعي، لأسباب مختلفة، يمثل ارتباط وجود المرأة القوي بجسدها أهمها وأساسها، تقول: "لا نكاد نجد كائناً ارتبط وجوده بالجسد مثلما هو الأمر مع المرأة، وذلك على اختلاف الحضارات والمجتمعات والحقب الزمنية".

وتمثلت الإشكالية التي أطرت هذه الدراسة في السؤال الآتي: "كيف تتمثل المرأة القروية في منطقة جبالة جسدها؟ وما هي انعكاسات هذا التمثل على إحساسها بهويتها القروية؟ السؤال الذي أجابت الباحثة عنه بالارتكاز على بحث ميداني لمنطقة واد لاو في شمال المغرب اعتمدت فيه المنهج الإثنوبولوجي تحديداً بتقنياته الأساسية، منها: الملاحظة بالمشاركة ومعايشتها لأهل واد لاو، والاطلاع المباشر على حياتهم اليومية ونمط عيشهم وأشكال تفاعلاتهم، علاوة على المقابلات المتعددة والحوارات العميقة مع نساء المنطقة من فئات عمرية مختلفة... تسعى الباحثة خلود السباعي من خلال كتابها «الجسد الأنثوي وهوية الجندر» أن تؤكد على مدى ما شكله جسد المرأة كعنوان كينونتها ورأسمالها في الوجود، مما أكسبها هويتها الأنثوية، فهي موجودة «إذا كانت جميلة وذات دلال، ومحبوبة إذا كانت مطيعة، وذات حياء وحشمة، ومقدرة إذا كانت ولودا حلوبا»

لا نجد كائناً تحدد وجوده من خلال الجسد وعبر الجسد أكثر من المرأة، فكان ارتباطها بالجسد مسألة حيوية، فلا يحدد وجودها سواء على المستوى الوظيفي أو القيمي أو الجمالي إلا من خلال الجسد، ومن هنا برزت أهمية الحديث عن الجسد الأنثوي في ظل افتقار الثقافة العربية والإسلامية لمثل هذه الدراسات التي تناولت جسد المرأة.

وتؤكد الباحثة المغربية خلود السبيعي خلال دراستها الصادرة حديثاً عن دار النشر «جداول» التي شملت النساء الجليات (القرويات) في المغرب بمنطقة «وادلاو»، أنه، وفي مختلف الثقافات والحقب التاريخية، ارتبط وجود المرأة بجسدها، الذي طالما كان شاباً وجميلاً متناسقاً قادراً على الإنجاب وتقديم المتعة، تم الاعتراف بوجود المرأة، مستدلة الكاتبة بذلك على بعض العبارات التي تستعمل لوصف المرأة المتقدمة في السن، من بينها (الشارفة) و(العكوزة) (العجوز) و (المكششة) (المجعدة الجلد)، الأمر الذي يدفع بالكثير من النساء الحضريات والقرويات إلى السعي إلى تغطية

أجسادهن حتى لا تبرز معالم الترهل عليها، ولعدم إثارة النفور من تجاعيدهن وشعرهن الأبيض، الأمر الذي يطلعنا على أهمية الحجاب، وتعدد وظائفه التي تختلف باختلاف سن المرأة ووضعها»¹.

وتقول السعدون إنه في مقابل هذا «التقزز» من ملامح الشيخوخة التي «تفقد» المرأة أنوثتها يتقبل المجتمع الملامح نفسها التي تبدو على الرجل، فعوضاً عن أن يتم النفور من تجاعيده، نجدها تزیده وقاراً وهيبة وحكمة ونضجاً، مما يصبح معه التقدم في السن بالنسبة إلى الرجل عاملاً إيجابياً يبعده عن طيش الشباب ونزقه ويزيد من الإقبال عليه، مما يطلعنا على عمق اللامساواة الجندرية التي تتعامل مع سمات التقدم بالسن.

وفي ذاته السياق، ترى الباحثة أنه بفضل انقطاع الحيض ينتقل تقييمها من «الكائن/الجسد» إلى «الكائن/العقل»، فكلما تقدمت المرأة في السن، اكتسبت بفعل ذلك مكانة وحظوة اجتماعية منحتها أدواراً وأوضاعاً جديدة تفوق المكانة الاجتماعية لزوجها نفسه.

وحاولت الكاتبة القيام بمقاربة محايدة وتبسيط الضوء على أمور عدة لفهمها، وبالأخص أن قضية المرأة كتب عنها الرجال دون النساء، ساعية من خلال مقاربة الجندر إلى فتح الأبواب أمام النساء أنفسهن للحديث عن واقعهن «النساء عن النساء»، كما قالت، دون الخجل في التطرق إلى مسائل حميمة، وخاصة تتعلق بالمرأة وبأسلوب علمي مع إبراز السلبيات، التي يعاني منها، ومن بينها كيف تعيش المرأة الجسد على المستوى الأخلاقي والصحي والجمالي².

وتؤكد السباعي أن المرأة، سواء في الثقافة التقليدية أو المعاصرة، بقيت مستلبة، من خلال التركيز على إبداء جمالها وأنوثتها من أجل الآخر، كما أنها تدخل صراعاً مع ذاتها ومثيلاتها لنيل رضا الرجل.

وترى الباحثة في دراستها أن حل إشكالات المرأة يكمن في انطلاق النساء، وأن لا يبقين قضاياهن في يد الرجل، وذلك من خلال تعليم المرأة وإشراكها في التنمية وتأهيلها، الأمر الذي سيساعد على إعادة ثقته بنفسها، وأن تسعى للوصول إلى مراكز القرار، لتتحول إلى شريك حقيقي في صنعه؛ ففي حال عدم مشاركة المرأة سيبقى الأمر في يد الرجل، الذي سيشعر بالتالي ويقنن ويبتكر وفقاً لمصالحه وأهدافه، كما سعى عبر التاريخ.

¹ - هدى الصالح : صحيفة الشرق الأوسط، العدد 11926

² - المرجع نفسه .

من جهة أخرى، تطرح الباحثة في كتابها إجابات عن أسئلة مهمة، مثل: ماذا يقصد بالهوية الأنثوية؟ وما إن كانت هناك حقا خصوصيات معينة تميز الرجل والمرأة، فتمنح كلا منهما هوية متميزة؟ وما مدى صحة المقولة السائدة عن طبيعة الأنثى وطبيعة الذكر؟ وهل يمكن الحديث عن هوية أنثوية في مقابل هوية ذكورية؟

وترى الكاتبة ضرورة التمييز ما بين الجنس «والجندر»، أو النوع الاجتماعي، حتى تتضح الفوارق بين الإنشاءات الاجتماعية والثقافية من جهة، والاختلافات البيولوجية من جهة أخرى، مشيرة إلى أن هوية «الجندر» تفيد بالإنشاء الرمزي المبلور داخل كل ثقافة معينة نتيجة تصنيفها لأفرادها جنسيا. وهذه الرمزية التي تفيد بأن معرفتنا بالجنس ليست نتاج خواص جسدية فحسب، وإنما نتاج الدلالات التي نلحقها بهذه الفوارق الجنسية، وبناء على ذلك، فإن كل ثقافة تنشئ هويتها الخاصة بها من خلال توجيهها للمعطيات البيولوجية وفقا لمقتضيات التنشئة الاجتماعية، التي تعين لكل فرد ما معنى أن يكون رجلا أو امرأة، كما تجعله يحمل الأدوار والاتجاهات الخاصة بذلك، ويتعامل مع ذاته بناء على تلك المعايير.

وتؤكد الكاتبة أن الحديث عن هوية الجندر لن يصبح ممكنا إلا إذا تم التعامل مع المرأة كفاعل اجتماعي، متميز بخواص بيولوجية معينة، وأبرز ما يميزه هو اختلافه عن الرجل، دون أي نوع من التفاضل.

ودعت السباعي النساء إلى ضرورة تحرير الجسد الأنثوي، أو تحكم المرأة بجسدها وتغيير علاقتها بها كخطوة مهمة للنجاح في الحياة. والتحرير يكون من خلال إعادة امتلاكها كيانها العضوي بمعنى أن تتمكن المرأة من إنشاء علاقتها مع ذاتها ومع العالم بشكل أكثر غنى، وأن تتخلص من العقد البيولوجية التي تلخص إدراكها لذاتها في البعد الجسدي، فتحكم على نفسها من خلال كونها بدينة أو جميلة، بالإضافة إلى إعادة النظر في بعض التوجهات نحو الجنس الأنثوي، وعلى رأسها أن تتخلص من النماذج المنمطة عن الأنوثة وتدرك ذاتها كإنسان، وتحقق ذاتها بتخصيص أوقات لنفسها والتخلص من اعتبار ذاتها كائنات خلق من أجل الآخرين.

وتحدثت المؤلفة أيضا عن مفهوم «الحشمة»، التي من وجهة نظرها تحولت إلى خلق خلل في سلوك الإنسان ليصبح مضطربا ترتفع نبضات قلبه وتحمّر وجنتاه ويفقد الكلام ليصبح اضطرابا سيكولوجيا، بسببه يعجز الإنسان عن التعبير وإدراك قدراته وإمكانياته التي تضيق بسبب مفهوم الحشمة الخاطئ، الذي بات وسيلة لفقدان الذات، أكثر من كونه تأكيدا لها، مشيرة إلى أن الحشمة التي تطالب

بها النساء هي الأخلاق السمحة التي تزيد الإنسان جمالا، وليس مطالبة المرأة بالسكوت والتوتر والارتباك والخوف من الآخر.

وتقول السباعي في الكتاب إن ما أثارها كثيرا هو البعد الصحي بالنسبة للمرأة. فبالنسبة للمجتمع القروي تمثل المرأة قوة عمل اقتصادية؛ إذ تعمل من شروق الشمس إلى غروبها، لذلك لا بد أن تكون بصحة جيدة، لذلك فإنها في حال مرضت سيتسبب ذلك في خسائر فادحة، مما يدفعها إلى إخفاء المرض أو العلاج في خفاء.

وهنا تشير السباعي إلى أن الأمية والفقر وعدم توفر الرعاية الصحية الحكومية، والحرمان من الطبيب الرجل، كلها أسباب لعبت دورا أساسيا في حصر «القروية» في إطار البحث عن العلاج من خلال الخرافات أو المفاهيم والتقاليد الشعبية والسحر.

وترى الكاتبة أنه نظرا للقواسم الكبيرة وما تعيشه المرأة العربية على العموم في مجتمعاتها من تهميش وفقر وأمّية، وعلى الرغم من خصوصية كل مجتمع، فإن واقع حال النساء يبقى متقاربا حاملا قواسم مشتركة متعددة¹.

الخوف من أزمة الهوية وإن كان موجودا لدى الحضريات في المدن، فإن الأمر يكون مضاعفا ومخيفا بالنسبة للقروية، لأنها لا تملك الإمكانيات والقدرة على المناقشة والتحليل. وترى السباعي خطورة البعد الاجتماعي والثقافي للنساء القرويات عن مثيلاتها المدنيات، الذي ينعكس في انبهارها الشديد، مما يدفعها إلى رفض كل مظاهر الحياة القروية مع احتقار كل ما هو تقليدي ومتوارث والانكباب على كل ما هو عصري. فبات هناك ما يسمى بتأنيث الهجرة القروية إلى المدن، التي تضاعفت أخيرا، من دون تأهيل أو تعليم، مما يدفعها في الغالب للخدمة في المنازل، والعيش وحدها مما يجعلها أكثر عرضة للاستغلال من قبل الرجال، الأمر الذي تسبب في ارتفاع نسبة الأمهات العازبات، اللاتي معظمهن من القرويات.

في حديثها مع «الشرق الأوسط»، انتقدت السباعي عدم امتلاك المرأة لزمان نفسها، فبمجرد أن انتقد الرجل على سبيل المثال الحجاب العصري الذي ابتكرته الفتاة للتماشي مع العصر ومتغيراته حتى تراجع وترددت، منوهة بأن المرأة حاليا عاجزة عن إقناع الآخر وإقناع ذاتها فيما يتعلق بذاتها.. إننا بتنا نسمع أصوات النساء، إلا أن ما نطلبه أن يتحدثن بشجاعة، وأن يعكسن آراءهن الحقيقية².

¹ - المرجع نفسه.

² - المرجع نفسه.

3- تصورات الجسد الأنثوي:

إن الجسد -كما يستخدم في المجال السوسيولوجي- لا يقصد به الجسد في خصائصه البيولوجية أو الفسيولوجية، أي مجموعة من الأعضاء والمهام المترابطة في تركيب طبيعي حسب قانون علم التشريح، وإنما يقصد به الجسد كمنتج اجتماعي، كبناء اجتماعي- ثقافي، مجال تمثيلات ومخيلات، أي الجسد في مظاهره وتعبيراته الخارجية الرمزية المكتسبة، المعبرة عن ثقافة الجماعة التي ينتمي إليها حامله. إن الجسد الطبيعي يخفي وراء شبكة من الرموز والطقوس والعلامات تبرزه على الواجهة الاجتماعية.¹

إن التحليل السوسيولوجي والأنثروبولوجي المعاصر للجسد يميل إلى تجاهل العمليات «المادية» للجسد، باعتبار أن هذه العمليات تقع خارج دائرة اهتمام العلوم الاجتماعية، ويحاول الخطاب السوسيولوجي والأنثروبولوجي أن يعطي الأولوية للطرق التي يصبح من خلالها الجسد موضوعاً للخطاب الرمزي. فالمقاربة السوسيولوجية والأنثروبولوجية لا تتعاطى مع الجسد باعتبار كيانا عضويا فقط، وإنما باعتبار بنية اجتماعية - ثقافية، وهو ما يعرف بصورة الجسد.

يعرف معجم التراث الأمريكي The American Heritage Dictionary في طبعته الرابعة الصادرة عام 2000 "صورة الجسد" Body Image بأنها التصور الذاتي للفرد عن مظهره العضوي مرتكزا في هذا التصور على ملاحظته الذاتية ووجهة نظر الآخرين. وفي التراث العلمي تعد صورة الجسد مفهوما متعدد الأبعاد يتضمن الإدراك الذاتي للفرد واتجاهاته حيال مظهره العضوي، ويشمل أيضا الأبعاد المعرفية والسلوكية والوجدانية والتصورية.²

ويستخدم مصطلح «صورة الجسد» لوصف كل الطرق التي يكون بها الفرد مفهوماً عن جسده، ويشعر به سواء بوعي أو بدون وعي، ويتضمن ذلك أحاسيس الفرد وتخيالاته عن جسده بالإضافة إلى الأسلوب الذي يتعلم الشخص من خلاله تنظيم وتكامل خبراته الجسدية، ومن ثم فإن صورة الجسد هي شيء يكتسب بواسطة الشخص في جماعة أو مجتمع معين وذلك على الرغم من وجود اختلافات في هذه الصورة داخل المجتمع الواحد.³

¹ - زينب المعادي : مرجع سبق ذكره، ص 15

² Friedman& Martinez. 2008: p 500

³ - نجلاء خليل : مرجع سبق ذكره، ص 222

إن صورة الجسد ليست إلا الجسد كما يُرى، وكما يبدو في المجتمع، إنها مشابهة له، لكنها ليست الجسد ذاته، هي شيء أكبر من الجسد، أي أكبر من تلك البنية الفسيولوجية المترابطة، إن ثمة ترابط بين الجسد وصورته، وصورة الجسد هي أمر جوهري بالنسبة للجسد، بحيث لا يمكن فهم الجسد دون تلك الصورة التي يبدو عليها في الواقع، ولهذا؛ فإننا نصنع لأنفسنا صورة لكيفية ظهورنا للآخرين، إن صورة الجسد هي بنية عقلية Mental Construct لمظهرنا في المجتمع.¹

4- الدلالات الرمزية للجسد الأنثوي:

إن خصوصيات الجسد من وجهة نظر الاقتصاد والثقافة التقليدية أو المحلية هي خصوصيات تحاصرهما الحداثة من كل جانب لمحاولة إرباكها وتعطيل مجراها و تشويه صورتها. إن الليبرالية الجديدة أو قل الحداثة كروية للعالم وكثقافة ترى في هذا الجسد الممدود إلى ما لا نهاية، في هذا الجسد المترامي واللامبالي لا فحسب جسدا متوحشا وبدائيا ومتخلفا وهمجيا وغير لائق وإنما ترى فيه أيضا جسدا قديما وباليا وسائرا إلى الانقراض.

وهي تريد أن تخلق على أنقاضه جسد الفرد وما يترتب عن ذلك من فردانية وأناية واستقلالية وانفصال عن الجماعة. ولتحقيق هذه الغاية، تعمل الحداثة بكل ما لديها من وسائل وإمكانات على توجيه ضربات مؤلمة وقاسية إلى هذا الجسد الممدود إلى ما لا نهاية.أو قل إلى هذه الجماعة في الجسد الواحد قبيلة كانت أم عشيرة.

إنها محاولة للزج بهذا الجسد الجماعي الذي أصبح ينظر إليه كجسد يتسم بالتسيب والفوضى وعدم اللياقة في "الحبس الكبير" والعبارة لفوكو²، مثله مثل جسد المجنون والمعارض والمخالف والخارج عن القانون. إنها أجساد يجب من منظور الحداثة أن تُراقب لتُربى وتصحح وتروّض وتُعاد صياغتها من جديد حتى تتحول شيئا فشيئا إلى أجساد شفافة ومنظمة ومنمّطة ومحنّطة أي إلى أجساد مسلوقة وطائفة وخاضعة وقابضة ومدحورة، لا بل إلى أجساد مجتثّة من أصولها ومقطوعة عن العالم ومجزأة ومنطوية على نفسها، أي إلى أجساد لا حاجة لها بشيء غير الحلول التقنية الطبية الإستراتيجية و"الطبقات" الجاهزة للتجميل المتأتية من الرؤية الوضعيّة التشرّحية الفيزيولوجيّة للجسد. إنّه الجسد الآلة الذي تحاول الحداثة ترويضه والسيطرة على قدراته وانتزاع قوته ودمجه في أنظمة مراقبة فاعلة

¹ – Ferguson 1997: p.p 5-6

² – شبكة النبا المعلوماتية، الجمعة، كانون الأول، 2009.

في الإقتصاد والاجتماع والثقافة والسياسة. كل ذلك تؤمنه إجراءات سلطوية من خلال الأنظمة وقواعد الانضباط "إنها سياسة تشريحية للجسم البشري"¹.

ومن الجدير بالقول أننا عند حديثنا عن الحداثة والجسد لا يمكن لنا أن نحدّد مفهوما واحدا لما يمكن أن يسمّى بجسد المرأة. فهناك الجسد المتحرّر الذي نادى به حداثة الأنوار وما يتطلبه من استقلالية وسيادة وهناك الجسد الذي خلقتة ثقافة البورجوازية ورأس المال وما يتطلبه من زينة وإغراء وفتنة، إذ أنّ النظام الرأسماليّ بشكله الحاليّ قد خلق نوعا جديدا من الأجساد التي تصنع للبيع وبأسوام بخسة. وكأنّ السحر قد انقلب على السّاحر. وتحوّلت الرّغبة في تحرير الجسد من كلّ أنواع التّابوهات التي كانت "تسيّجه" إلى مأزق بعد أن تحوّل هذا الجسد إلى بضاعة تُشتري وتُباع أو قل إلى فتيش "Fetish" وإلى كيتش (Kitsch).

تعتبر مسألة العذرية من أكثر الآليات التي ما زالت تنتج ويعاد إنتاجها كأداة تؤكّد استمرارية البنى التقليدية الأبوية للمجتمع والرؤى المعبرة عنها. فالعذرية عند المزارعين والبدو هي آلة من آليات الهيمنة الرجولية وما ينتج عنها من نزعة للسيطرة والاستيطان والملكية. فملكية الرجل لهذا الجسد ضمن رؤية مؤسسة الزواج يعطيه الحقّ في بسط نفوذه ليس على حاضر الفتاة التي يريد الزواج بها فحسب بل وعلى ماضيها كذلك بصفته المالك الشرعي والوحيد لهذا الجسد.

وهي مسألة من المسائل التي تعيدنا إلى نظرية التبادل كما بيّن ذلك كلود ليفي ستروس والتي تفترض أنّ المرأة التي هي موضوع التبادل يجب أن تخضع لمنطق العفة والطهارة والشرف الذي يقضي بالحفاظ على سلامة الجسد لسلامة الجماعة. ويصبح رمزا لشرف القبيلة المانحة إذا ما تمّ تسليم هذا الجسد دون عيوب وشرفا للمتلقّي إذا ما تلقّى بضاعة لم يمسه أحد، فهو من سيعود عليه شرف الفحولة وشرف الاستغناء بإستهلاكها لأول مرة وصيانة حرمتها لصيانة شرفه.

فالتقسيم الرمزي بين النّظيف والوسخ على حدّ عبارة ماري دوجلاس (Mary Douglas) يساعد القوى الاجتماعية على تصنيف سلوكياتهم من خلال إتباع منظومة من القواعد تحدّد لهم ما هو مسموح وما هو ممنوع، ما هو محمود وما هو مكروه، ما هو صالح وما هو فاسد، ما هو حلال وما هو حرام، ما هو خير وما هو شرّ...².

¹ Baudrillard, J. (1994), Simulacra and simulation, translated by Sheila Faria Glaser, Michigan : University of Michigan Press, 164 p.

² Douglas, M. (2002), Purity and Danger : An Analysis of concepts of Pollution and Taboo, London : Routledge, 193p.

كلّ هذه الآليات تحتشد في الحدود بين الجنسين لتوسّم الأجساد وتضع وسمة عار وسقوط ووسخ على جبين كلّ من تحدّثه نفسه بالخروج ولو بنسبة ضئيلة عن القوانين والأعراف العامّة للجماعة. وهي بذلك تؤكّد على أنّ التّهاون بمسألة خطيرة كالعذريّة من جهة المرأة يعني تدنيساً كاملاً لجسد الجماعة ومسا في شرف العشيرة وتطاولاً على جاهها وحرمتها والانحطاط بها وجزّها إلى بؤرة المزابل والأوساخ. وهي مشكلة تقتضي إجراء سريعاً يهدف إلى تنظيف هذا الجسد الجماعي وتطهيره وتنقية شرفه مما أصابه من فوضى وتدنيس. وقد يتم اللّجوء إلى القتل لا بل إلى حروب لا تنتهي من أجل الانتقام والأخذ بالثأر والعمل على بتر هذا الجزء من الجسد الكبير والتخلّص نهائياً مما قد يعتريه من خلل كما بيّنا ذلك سلفاً.

إنّ الاعتداء على هذا الجسد وفقاً لهذه الفلسفة يعني اعتداء على الجسد الكامل للجماعة قبيلة كانت أم عشيرة، وهو يعني بالتالي دقّ طبول الحرب. فليس من الشرف القعود والسكوت على من داس الأرض أو العرض في رؤية المجتمع المحليّ الجزائري، فهما معنيان متلازمان تنطبق عليهما كل معاني الحزمة والشرف. وغالباً ما تُختزل كلّ هذه المعاني في جسد المرأة. ومن هنا يصبح لزماً على الجماعة الدّفاع عن الشرف بالدمّ إن لزم الأمر إذ " لا يسلم الشرف الرفيع من الأذى حتى يُراق على جوانبه الدّم " على حدّ عبارة المتنبّي التي ما زالت فاعلة في الرّمن الرّاهن في المجتمع الأردنيّ على الرّغم من أنّها قيلت منذ أكثر من ألف عام. للحادثة، هي الأخرى، آلياتها وتقنياتها التي تعمل على بناء وتشكيل المفاهيم الخاصّة بالجسد الحديث، جسد الفرد المتحرّر من كلّ أنواع التابوهات الجماعيّة التي قيّدت الجسد الممتدّ. فالجسد وفقاً لمفاهيم الحادثة لم يعد ملكاً لقوى الأصالة والتقليد منذ أن تفرّد واستقلّ وانفكّ من قيود القبيلة والعشيرة. لقد أصبح هذا الجسد خاضعاً لأسس ومقاييس جديدة. تلك المعايير التي وصفها فوكو (Foucault) بالقمعية اللطيفة أو الناعمة. إذ أنّها لم تنه عهداً من القمع لهذا الجسد إلّا لتبدأ عهداً آخر بوسائل جديدة من الإخضاع والإكراه والهيمنة.

في هذا المجال، يرى بودريار (Baudrillard)¹ أنّ المهمّة الرّئيسة للدّعاية والإشهار لا تتمثّل في بيع البضائع كما يتصوّره البعض وإنّما في تعليق العقول و في خلق أجيال لا تفكّر، أي في صناعة ما يسمّيه ماركوز (Marcuse) بالإنسان ذي البعد الواحد الذي يقع حمله بسهولة ويسر على الاعتقاد. فيعتقد من بين ما يعتقد في أنّ الجسد النّحيل كقيمة مهيمنة لتعريف الجسد الشّرعيّ من وجهة نظر الحادثة هو الرّمز و القانون والقاعدة للأنوثة المثاليّة وللجمال النسائيّ المنشود.

¹ - Hyvrard, J. (1977), La Meurtitude, Paris, éd. Minuit, p. 31.

- خلاصة:

للمرأة دورها الفعال الذي لا يُنكر في نهضة المجتمع وتطوّره، فهي لا تقل شأنًا عن الرجل أهمية ولا قيمةً، ولها وجودها ومكانتها بإرساء أساسات المجتمع، فالمرأة نصف المجتمع شاء من شاء وأبى من أبى، فهي الأم والزوجة والأخت والصديقة، وإلى جانب ذلك هي الطبيبة والمهندسة والمعلمة والمربية، ومن هنا يبرز دورها الفعال في إصلاح المجتمع وبنائه، وذلك من اتّخاذ دورها في كل المهن التي توافق طبيعة جسمها وبما حدّده لها الشرع من دون كلل أو ملل، وليس هذا فحسب، بل حازت المرأة على الدور الأهم والأساسي في بناء الأجيال والنهوض بالشباب من خلال العمل على تربية الأبناء والمساهمة في تنشئة جيل المستقبل.

كما لا يمكن إخفاء نور الشّمس بإصبع، كذلك الأمر لا يمكن إخفاء منزلة المرأة في الأسرة والمجتمع، ولا يمكن أن ينكر أن مشاركة المرأة في الحياة العامة له دورٌ أساسي بصقل تجربتها من أجل بناء جيلٍ قويٍّ، ولهذا يجب تقديرها والحفاظ عليها، فهي التي تخرج الأجيال من آباء وأمّهات فهي أساس التربية ونواة بناء المجتمع، ولهذا يُقال إنّ المرأة هي الحياة.

الفصل الثالث

الإطار المبراني

الفصل الثالث الإطار الميداني

- تمهيد:

سننطلق في هذا الفصل إلى عرض وتحليل الجداول الإحصائية، وعليه نتعرض في عنصر أول إلى عرض البيانات الشخصية للمبحوثات، وفي عنصر ثاني إلى كيفية استخدام المبحوثات لموقع التواصل الاجتماعي تيك توك، وفي عنصر ثالث نتعرض إلى صورة الجسد لدى النساء الجزائريات من خلال عينة من المبحوثات. ونخلص في الآخر إلى جملة من النتائج المستوحاة من الواقع الميداني لجداولنا الإحصائية.

أولاً: عرض وتحليل البيانات الشخصية:

الجدول (01) : يبين توزيع المبحوثات حسب متغير السن .

السن	التكرار	النسبة المئوية
23-14	12	32,4
24-33	13	35,1
43-34	6	16,2
المجموع	31	%100

من خلال الجدول يتضح لنا توزيع النسب حسب السن لعينة الدراسة حيث نجد أن النسبة الأكبر كانت للفئة العمرية من (24-33 سنة) بنسبة (41.93%) وتليها نسبة (38.70%) للفئة العمرية من (23-14 سنة) ، وأخيرا نسبة (10.35%) للفئة العمرية من (43-34 سنة) .

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية تتراوح أعمارهن من (24-33 سنة) هم أكثر إستخداما لتطبيق التيك توك، ويرجع السبب في الاهتمام بالتيك توك تحديدا إلى مرونته وسهولة استخدامه خاصة فئة الشباب، وذلك عن طريق استخدام الهواتف الذكية وشبكة الانترنت الخاصة بشرائح الهاتف.

الجدول (02) : يبين توزيع المبحوثات حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
متوسط	1	2,7
ثانوي	5	13,5
جامعي	25	67,6
المجموع	31	%100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بالمستوى التعليمي للمبحوثات، بأن غالبيتهم لديهم مستوى تعليمي جامعي قدرت نسبتهم بـ 67.6، تليها نسبة قليلة قدرت بـ 13.5 من مجموع المبحوثات لديهم مستوى تعليمي ثانوي، في حين أشارت نسبة جد قليلة قدرت بـ 2.7 من مجموع المبحوثات اللواتي صرحن بأن مستواهم التعليمي متوسط.

الجدول (03) : يبين توزيع المبحوثات حسب متغير الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
عزباء	22	59,5
مخطوبة	1	2,7
متزوجة	6	16,2
مطلقة	2	5,4
المجموع	31	100

يتضح من الجدول رقم (03) أن 59.5% من مفردات عينة الدراسة من العازبات وأن نسبة 16.2% منهن متزوجات ونسبة 5.4 % هن مطلقات.في حين أن نسبة قليلة من مفردات عينة البحث هي 2.7% تمثل نسبة مخطوبة.

الجدول (04) : يبين توزيع المبحوثات حسب متغير مكان الإقامة.

مكان الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
البادية	1	2,7
مركز شبه حضري	3	8,1
المدينة	27	73,0
المجموع	31	100

من خلال الجدول (04) يتضح لنا توزيع النسب حسب مكان الإقامة لعينة الدراسة حيث نجد أن النسبة الأكبر كانت للواتي يسكن في المدينة بنسبة (73%) وتليها نسبة (8.1%) النساء اللواتي يسكن في مراكز الشبه الحضرية،وأخيرا نسبة (2.7%) لمن تسكن في البادية .

ثانياً : كفاءات إستخدام المبحوثات لتطبيق تيك توك.

الجدول (05) : يوضح زمن بدأ المبحوثات إرتياد موقع التواصل الاجتماعي تيك توك.

النسبة المئوية	التكرار	بدء العمل بتطبيق تيك توك
16.12%	5	حوالي ستة أشهر
29.03%	9	سنة
22.58%	7	سنتين
32.27%	10	ثلاث سنوات فأكثر
100%	31	المجموع

من خلال الجدول نجد أن النسبة الأكبر كانت من 3 سنوات فأكثر بنسبة (32.27 %) وتليها نسبة (29.03 %) المقدرة بسنة ثم تأتي نسبة (22.58 %) اللواتي يستعملن التيك توك منذ سنتين وأخيراً نسبة (16.12 %) لحوالي ستة أشهر فقط.

الجدول (06): يوضح كيفية تعرف المبحوثات عن تطبيق تيك توك.

النسبة المئوية	التكرار	كفاءات التعرف عن التطبيق
19.35%	6	عن طريق صديق
64.51%	20	عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي
19.35%	6	عن طريق الصدفة
0%	0	عن طريق البحث القصدي
9.67%	3	عن طريق إعلان
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64.51%) أجبن بأنهن تعرفن على تطبيق تيك توك عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، في حين تليها نسبتي (6 %) تعرفن عليه عن طريق الصدفة وأصدقاء وتليها نسبة (9.67%) تعرفن عليه عن طريق الإعلان .

الجدول (07) : يوضح عما اذا انزلت المبحوثات تطبيق تيك توك في الهاتف.

النسبة المئوية	التكرار	تنزيل التطبيق في الهاتف
9.67%	3	لم يفتحوه بعد
25.80%	8	لم يستخدموه
64.51%	20	ويستخدموه
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64.51%) أجبن بأنهن يستخدمن تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (25.80%) لم يستخدموه وتليها نسبة (9.67%) أنهن لم يفتحوه بعد.

الجدول (08) : يوضح عدد المرات التي تقوم فيها المبحوثات بتصفح حسابهن خلال اليوم.

النسبة المئوية	التكرار	عدد مرات التصفح
22.58	7	مرة
9.67	3	مرتين
3.22	1	ثلاث مرات
6.45	2	أربع مرات فأكثر
6.45	2	على الدوام
51.63	15	كل ما سنحت لي الفرصة
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (51.63%) أجبن بأنهن يستعملن تطبيق تيك توك كل ما سنحت لهن الفرصة، في حين تليها نسبة (22.58%) يستعملن تطبيق تيك توك مرة واحدة في اليوم وتليها نسبة (9.67%) يستعملن تطبيق تيك توك مرتين في اليوم ونسبتي (6.45%) يستعملن تطبيق تيك توك أربع مرات فأكثر وعلى الدوام كذلك وأخيرا تأتي نسبة (3.22%) يستعملن تطبيق تيك توك ثلاث مرات في اليوم فقط.

الجدول (09) : يوضح عدد الساعات التي تستغرقها المبحوثات في تصفح التطبيق.

عدد ساعات التصفح	التكرار	النسبة المئوية
ساعة	16	51.63%
ساعتين	2	6.45%
ثلاث ساعات	2	6.45%
أربع ساعات	0	0%
ست ساعات فأكثر	1	3.22%
كل ما سحنت لي الفرصة	10	32.25%
على الدوام	0	0%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (51.63%) أجبن بأنهن يستغرقن ساعة على تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (32.25%) يتصفحن تطبيق تيك توك كل ما سحنت لهم الفرصة، وتليها نسبة (6.45%) يستغرقن ساعتين إلى ثلاث ساعات على تطبيق تيك توك.

الجدول (10) : يوضح الاوقات المفضلة التي تستخدم فيها المبحوثات تيك توك.

الأوقات المفضلة لتصفح التطبيق	التكرار	النسبة المئوية
الصباح الباكر	0	0%
الضحى	0	0%
الظهيرة	3	9.67%
المساء	2	6.45%
السهرة	15	48.39%
بعد منتصف الليل	6	19.35%
كل الاوقات	0	0%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64.53%) أجبن بأن الاوقات المفضلة الاتي يستخدم فيها تيك توك هيا في السهرة ، في حين تليها نسبة (19.35 %) أجبن بأن الاوقات المفضلة الاتي يستخدم فيها تيك توك هيا بعد منتصف الليل و تليها نسبة (9.67%) في وقت الظهيرة ، ثم النسبة الأخيرة التي تمثل (6.45%) يستعمله وقت المساء ما نستنتج أن غالب النساء يستعمله في أوقاتهن الإضافية وهو وقت فراغهن من كل الأعمال لاسيما وقت السهرة و منتصف الليل.

الجدول (11) : يوضح الأوقات التي تتعاطى وتستخدم فيها المبحوثات تيك توك بكثرة.

الأوقات المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
خلال الدوام الدراسي/المهني	0	0%
خلال نهاية اليوم	5	16.12%
خلال نهاية الأسبوع	1	3.22%
خلال أوقات الفراغ	22	70.99%
في كل الأوقات	3	9.67%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (70.99 %) أجبن بأنهن يستخدم تطبيق تيك توك خلال أوقات الفراغ، في حين تليها نسبة (16.12%) يستخدم تطبيق تيك توك خلال اليوم وتليها نسبة (9.67%) يستخدم تطبيق تيك توك في كل الأوقات في حين آخر نسبة (3.22%) يستخدمه في نهاية الأسبوع.

الجدول (12) : يوضح وسيلة التي تستخدمها المبحوثات تيك توك.

الوسيلة المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف الجوال	30	96.78%
اللوحة الإلكترونية	1	3.22%
جهاز حاسوب	0	0%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (96.78 %) أجبن بأنهن يستخدمن تيك توك من خلال الهاتف الجوال، في حين تليها نسبة (3.22 %) بنسبة ضعيفة يستخدمن تطبيق تيك توك عن طريق اللوح الإلكتروني.

الجدول (13) : يوضح مكان تصفح المبحوثات لصفحاتهن على تيك توك.

النسبة المئوية	التكرار	مكان التصفح
93.56%	29	المنزل
3.22%	1	الشارع
0%	0	مقهى الأنترنت
0%	0	مجال العمل
3.22%	1	مجال التعليم
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (93.56 %) أجبن بأنهن يتصفحن تطبيق تيك توك في المنزل، في حين تليها نسبتي (3.22 %) يتصفحن تطبيق تيك توك في الشارع ومجال التعليم .

الجدول (14) : يوضح قيام المبحوثات بنشر ومشاركة مقاطع فيديو عبر تيك توك.

النسبة المئوية	التكرار	النشر والمشاركة
41.94%	13	نعم
58.06%	18	لا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (58.06 %) أجبن بأنهن لا يقمن بنشر ومشاركة مقاطع فيديو على تطبيق تيك توك، في حين نسبة (41.94 %) كانت إجابتهن بأنهن يقمن بنشر ومشاركة مقاطع فيديو على تطبيق تيك توك.

الجدول (15) : يوضح عما اذا كانت المبحوثات تنشرن مقاطع فيديو على صفحاتهن في تيك توك وبرنامجهن في نشر مقاطع الفيديو .

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
3.22%	1	يومي
3.22%	1	أسبوعي
9.67%	3	شهري
83.89%	26	عشوائي
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (83.89%) أجبن بأنهن ينشرن على تطبيق تيك توك بشكل عشوائي، في حين تليها نسبة (9.67%) أجبن بأنهن ينشرن على تطبيق تيك توك شهريا فقط و تليها نسبتي (3.22%) فكانت إجابتهن أن النشر يكون بشكل يومي أسبوعي.

الجدول (16) : يوضح رأي المبحوثات في أن تطبيق تيك توك سهل الإستعمال أم لا.

النسبة المئوية	التكرار	سهولة الإستعمال
67.74%	21	نعم
32.26%	10	لا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (67.74%) أجبن بأن تطبيق تيك توك سهل الإستعمال، في حين نسبة (32.26%) أجبن بأنه غير سهل الإستعمال.

الجدول (17): يوضح عما اذا كان استخدام تيك توك يروق للمبحوثات أم لا .

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	4	12.90%
لا	5	16.12%
نوعا ما	22	70.98%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (70.98%) أنهم يروق لهم إستعمال تطبيق تيك توك نوعا ما، في حين تليها نسبة (16.12%) أنه لا يروق لهم إستعمال تطبيق تيك توك وتليها نسبة (12.90%) أنهم يروق لهم إستعمال تطبيق تيك توك.

الجدول (19) : يوضح الغاية الرئيسة من وراء تصفح المبحوثات لتطبيق تيك توك.

غايات التصفح	التكرار	النسبة المئوية
الإطلاع على المعلومات والايخبار	13	51.64%
التواصل والتعارف	1	3.22%
الترفيه والتسلية	5	16.12%
المتعة	1	3.22%
قضاء وقت الفراغ	6	19.35%
التعليم والتعلم	2	6.45%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (51.64%) أجبن بأنهم يستخدمون تطبيق تيك توك من أجل الإطلاع على المعلومات والايخبار، في حين تليها نسبة (19.35%) أجبن بأنهم يستخدمون تطبيق تيك توك من أجل قضاء وقت الفراغ وتليها نسبة (16.12%) أجبن بأنهم يستخدمون تطبيق تيك توك من أجل الترفيه والتسلية (6.45%) أجبن بأنهم يستخدمون تطبيق تيك توك من أجل التعليم والتعلم (3.22%) أجبن بأنهم يستخدمون تطبيق تيك توك من أجل المتعة.

الجدول (20): يوضح عما اذا يعود استخدام تطبيق تيك توك بفائدة للمبحوثات.

النسبة المئوية	التكرار	فائدة الاستخدام
9.67%	3	دائماً
64.51%	20	أحياناً
25.82%	7	أبداً
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64.51%) أجبن بأن تطبيق تيك توك يعود عليهن بالفائدة أحياناً، في حين نسبة (25.82%) كانت لا تعود عليهن بالفائدة وتليها نسبة (9.67%) كانت تعود عليهن بالفائدة .

الجدول (21): يوضح اعتقاد المبحوثات في مساهمة تطبيق تيك توك في إشباع حاجاتهن النفسية العقلية، الجسدية .

النسبة المئوية	التكرار	إشباع الحاجات
6.45%	2	دائماً
48.38%	15	أحياناً
45.17%	14	أبداً
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (48.38 %) أجبن بأن تطبيق تيك توك قد ساهم في إشباع حاجات نفسية أحياناً، في حين تليها نسبة (45.17 %) لم تشبع وتليها نسبة (6.45%) دائماً تشبع الحاجات النفسية.

الجدول (22): يوضح مدى مساهمة استخدامهن لتطبيق تيك توك في الجانب العقلي والنفسي والإجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
22.58%	7	طريقة تفكيرك
6.45%	2	وجهة نظرك
0%	0	سلوكك وتصرفاتك
6.45%	2	معاملتك مع الآخرين
0%	0	علاقاتك مع الآخرين
64.52%	20	لم يغير شيء
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64.52%) أجبن بأن تطبيق تيك توك لم يساهم في تغيير شيء، في حين تليها نسبة (22.58%) غير طريقة تفكير وتليها نسبة (6.45%) غير في معاملة مع الآخرين ووجهة النظر.

الجدول (23) : يوضح رأي المبحوثات في مضامين منصة تيك توك تتماشى مع إهتماماتهن وطموحاتهن.

النسبة المئوية	التكرار	الآراء
3.22%	1	دائماً
54.85%	17	أحياناً
41.93%	13	أبداً
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (54.85%) أجبن بأن مضامين تطبيق تيك توك أحياناً تتماشى مع إهتماماتهن وطموحهن، في حين تليها نسبة (41.93%) لم تتماشى من ناحية إهتماماتهن وتليها نسبة (3.22%) التي تماشت مع إهتماماتهن وطموحهن.

الجدول (23) : يوضح مدى تأثير المبحوثات في منصة تيك توك

التأثير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	3	9.67%
لا	23	74.21%
نوعا ما	5	16.12%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (74.21%) أجبن بأنهن لسن من المؤثرات تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (16.12%) هنا نوعا ما من المؤثرات و تليها نسبة (9.67%) هن من المؤثرات في منصة تيك توك.

الجدول (24) : يوضح طبيعة محتويات المبحوثات في النشر من خلال تطبيق تيك توك .

طبيعة المحتويات	التكرار	النسبة المئوية
ثقافي	12	70.98%
علمي	0	0%
سياسي	4	12.90%
ترفيهي	10	%
أخلاقي	3	12.90%
ديني	2	6.45%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (70.98%) أجبن بأن محتواه في النشر على تطبيق التيك توك ثقافي، في حين تليها نسبة (12.90%) محتواه في النشر على تطبيق تيك توك سياسي وأخلاقي وتليها نسبة (6.45%) محتواه في النشر على تطبيق تيك توك ديني.

الجدول (25): يوضح أكثر متابعات (محتويات ومضامين) المبحوثات لأشرطة الفيديو على منصاتهن على تيك توك .

أكثر المتابعات	التكرار	النسبة المئوية
متعلقة بالرجال فقط	2	6.45%
متعلقة بالمرأة	10	45.2%
متعلقة بكلى الجنسين	3	9.67%
متعلقة بالتعلم والتعليم	4	12.90%
متعلقة بالعمل والشغل	1	3.22%
متعلقة بالثقافة	5	16.12%
متعلقة بالتجارة والإقتصاد	2	6.45%
متعلقة بعصرية والتحضر	1	3.22%
متعلقة بالجمال والموضة	3	9.67%
أخرى	0	0%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (45.2%) أجبن بأن أكثر المتابعات لأشرطة الفيديو على منصتهن تيك توك متعلقة بالمرأة، في حين تليها نسبة (16.12 %) أكثر المتابعات لأشرطة الفيديو على منصتهن تيك توك متعلقة بالثقافة وتليها نسبة (12.90%) أكثر المتابعات لأشرطة الفيديو على منصتهن تيك توك متعلقة بالتعلم

الجدول (26) : يوضح رأي المبحوثات في مقاطع الفيديو المنتشرة بكثرة في المنصة

المقاطع المنتشرة بكثرة	التكرار	النسبة المئوية
مقاطع تتعلق بكل ما يخص المرأة	16	51.61%
مقاطع تتعلق بكل ما يخص الرجل	0	0%
مقاطع متنوعة تجمع بين ما يخص المرأة والرجل.	15	48.38%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (51.61%) أجبن بأن مقاطع الفيديو المنتشرة بكثرة على تطبيق تيك توك تتعلق بكل ما يخص المرأة، في حين تليها نسبة (48.38%) مقاطع الفيديو المنتشرة بكثرة على تطبيق تيك توك مقاطع متنوعة تجمع بين ما يخص المرأة والرجل.

الجدول (27) : يوضح تفاعل المبحوثات مع صفحات المشاهير من الفتيات والنساء .

التفاعل مع الصفحات	التكرار	النسبة المئوية
التفاعل مع المنشورات (الاعجاب)	24	77.41%
التعليق على المنشورات	2	6.45%
مشاركة المنشورات	0	0%
تنزيل شريط الفيديو ضمن الحسابات المفضلة	5	16.12%
أخرى	0	0%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (77.41%) أجبن بأن التفاعل مع المنشورات الاعجاب على تطبيق التيك توك، في حين تليها نسبة (16.12%) تقمنا بتنزيل شريط الفيديو ضمن الحسابات المفضلة وتليها نسبة (6.45%) تقمن بالتعليق على المنشورات

الجدول (28): يوضح إستهواء المبحوثات لأشرطة الفيديو المنشورة في تيك توك والمتعلقة بكل ما يخص المرأة.

الإستهواء بأشرطة الفيديو	التكرار	النسبة المئوية
دائما	4	12.90%
أحيانا	22	79.96%
أبدا	5	16.12%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (79.96%) أجبن بأنهن أحيانا تستهوين أشرطة الفيديو على تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (16.12%) لا تستهوين أشرطة الفيديو وتليها نسبة (12.90%) دائما تستهوين أشرطة الفيديو.

الجدول (29): يوضح عدد أشرطة الفيديو التي تتابعها المبحوثات في منصة تيك توك والخاصة بالمرأة .

النسبة المئوية	التكرار	تعداد الأشرطة المتعلقة بالمرأة
45.16%	14	(10.01)
16.12%	5	(20.11)
0%	0	(30.21)
22.58%	7	(أكثر من 30)
16.12%	5	عدد لا متناهي
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (45.16%) أجبن بأن عدد أشرطة الفيديو التي تتابعنها على تطبيق تيك توك كانت 10.01، في حين تليها نسبة (22.58%) بأن عدد أشرطة الفيديو التي تتابعنها على تطبيق تيك توك كانت (أكثر من 30)، وتليها نسبة (16.12%) بأن عدد أشرطة الفيديو التي تتابعنها على تطبيق تيك توك كانت عدد لا متناهي.

الجدول (29): يوضح إستهواء المبحوثات المنشورات باختلاف أنواعها والمتعلقة بالمرأة وبالجسد الانثوي .

النسبة المئوية	التكرار	إستهواء أشرطة الفيديو المتعلقة بالجسد
12.90%	4	دائماً
54.83%	17	أحياناً
32.25%	10	أبداً
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (54.83%) أجبن بأنهن أحياناً تستهوين المنشورات على تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (32.25%) أجبن بأنهن لا تستهوين المنشورات على تطبيق تيك توك وتليها نسبة (12.90%) أجبن بأنهن دائماً تستهوين المنشورات على تطبيق تيك توك.

الجدول (30) : يوضح تفاعل المبحوثات من خلال (التعليق والمشاركة) لأشرطة الفيديو في منصة تيك والتي لها علاقة بجسد المرأة .

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
3.22%	1	دائماً
32.25%	10	أحياناً
64.51%	20	أبداً
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64.51%) أجبن بأنهن لا تتفاعل مع تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (32.25%) تتفاعل أحياناً مع تطبيق تيك توك وتليها نسبة (3.22%) دائماً تتفاعل مع تطبيق تيك توك.

الجدول (31): يوضح شغف المبحوثات بمتابعة مقاطع الفيديو الخاصة بالنساء (المشاهير، الفنانات المؤثرات، صانعات المحتوى).

النسبة المئوية	التكرار	الشغف بمتابعة أشرطة الفيديو
12.90%	4	دائماً
41.93%	13	أحياناً
45.16%	14	أبداً
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (45.16%) أجبن بأنهن شغوفات بمتابعة مقاطع الفيديو الخاصة بالنساء على تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (41.93%) أجبن بأنهن أحياناً شغوفات بمتابعة مقاطع الفيديو الخاصة بالنساء على تطبيق تيك توك وتليها نسبة (12.90%) أجبن بأنهن دائماً شغوفات بمتابعة مقاطع الفيديو الخاصة بالنساء على تطبيق تيك توك.

الجدول (32) : يوضح قيام المبحوثات بإنشاء ونشر مقاطع فيديو قصيرة بكل ما يتعلق بجسد المرأة.

النسبة المئوية	التكرار	نشر أشرطة الفيديو
3.22%	1	دائماً
22.58%	7	أحياناً
74.19%	23	أبداً
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (74.19%) أجبن بأنهن لا تقوم بإنشاء ونشر مقاطع فيديو على تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (22.58%) أحياناً تقوم بإنشاء ونشر مقاطع فيديو على تطبيق تيك توك وتليها نسبة (3.22%) دائماً ما تقوم بإنشاء ونشر مقاطع فيديو على تطبيق تيك توك.

جدول (33) : يوضح مشاركة المبحوثات في أيقونة العناصر الافتراضية (الهدايا الاجتماعية).

النسبة المئوية	التكرار	المشاركة في الهدايا الاجتماعية
3.22%	1	دائماً
16.12%	5	أحياناً
80.64%	25	أبداً
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (80.64%) أجبن بأنهن لا تشاركن على تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (16.12%) أحياناً تشاركن على تطبيق تيك توك وتليها نسبة (3.22%) تشاركن على تطبيق تيك توك.

الجدول (34) : يوضح تفضيلات المبحوثات أثناء استخدامهن لمنصة تيك توك لكل ما يتعلق بجسد المرأة (تجميل، رياضة، رشاقة، الوزن ...).

النسبة المئوية	التكرار	تفضيلات استخدام المنصة لكل ما يتعلق بجسد المرأة
45.16%	14	نعم
16.12%	5	لا
38.70%	12	نوعا ما
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (45.16%) أجبن بأنهن يدخلن ضمن تفضيلاتهن أثناء استخدام منصة تيك توك كل ما يتعلق بجسد المرأة على تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (38.70%) نوعا ما يدخلن ضمن تفضيلاتهن أثناء استخدام منصة تيك توك كل ما يتعلق بجسد المرأة على تطبيق تيك توك وتليها نسبة (16.12%) لا يدخلن ضمن تفضيلاتهن أثناء استخدام منصة تيك توك كل ما يتعلق بجسد المرأة على تطبيق تيك توك.

الجدول (35) : يوضح إهتمام المبحوثات بمتابعة التريندات المشهورة ومشاهير منصة تيك توك .

النسبة المئوية	التكرار	متابعة التريندات
19.35%	6	دائما
32.25%	10	أحيانا
48.38%	15	أبدا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (48.38%) أجبن بأنهن لا تهتمن بمتابعة التريندات المشهورة ومشاهير على تطبيق تيك توك، في حين تليها نسبة (32.25%) أحيانا تهتمن بمتابعة التريندات المشهورة ومشاهير على تطبيق تيك توك وتليها نسبة (19.35%) دائما تهتمن بمتابعة التريندات المشهورة ومشاهير على تطبيق التيك توك.

المحور الثالث: صوة الجسد الأنثوي للمبحوثات.

الجدول (36) : يوضح رأي المبحوثات في أنفسهن فيما يخص الجمال الأنثوي.

الآراء	التكرار	النسبة المئوية
فائقة الجمال	2	6.45%
متوسطة الجمال	25	80.65%
لست جميلة	4	12.90%
بشعة	0	0%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (80.65%) أجبن بأنهن متوسطات الجمال، في حين تليها نسبة (12.90%) لسننا جميلة وتليها نسبة (6.45%) فائقات الجمال.

الجدول (37) : يوضح معايير المبحوثات فيما يخص الجمال الأنثوي.

معايير الجمال	التكرار	النسبة المئوية
مغرية	0	0%
فاتنة	4	12.90%
ساحرة	1	3.22%
مفعمة بالحوية	19	61.29%
مفعمة بالأنوثة	7	22.58%
مقرفة	0	0%
قبيحة	0	0%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (61.29%) أجبن بأن خصوصياتهن في الجمال مفعمة بالحوية، في حين تليها نسبة (22.58%) بأن خصوصياتهن في الجمال مفعمة بالأنوثة وتليها نسبة (12.90%) بأن خصوصياتهن في الجمال فاتنة.

الجدول (38) : يوضح رأي المبحوثات بخصوص جمال المرأة.

الآراء في جمال المرأة	التكرار	النسبة المئوية
وسيلة لإثبات الذات	16	51.63%
توطيد العلاقة مع الآخر	7	22.58%
لا تعيرين لهذا أدنى إهتمام	5	16.12%
التمائل مع بنات جنسك	3	9.67%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (51.63 %) أجبن بأن تعتقدن بأن جمال المرأة هو عبارة عن وسيلة لإثبات الذات، في حين تليها نسبة (22.58 %) بأن تعتقدن بأن جمال المرأة هو عبارة عن توطيد العلاقة مع الآخر وتليها نسبة (16.12%) بأنهن لا يعيرن لهذا أدنى إهتمام 9.67% بأن تعتقدن بأن جمال المرأة هو عبارة عن التماثل مع بنات جنسك

الجدول (39): يوضح رأي المبحوثات في نوع الجمال الذي من المفترض تتسم به المرأة .

نوع الجمال المفترض الإلتسام به	التكرار	النسبة المئوية
الجمال الجسدي	0	0%
الجمال الروحي	11	35.48%
كلهما معاً	20	64.51%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64.51 %) أجبن بأن نوع الجمال الذي من المفترض تتسم به المرأة الجمال الروحي وجسدي، في حين تليها نسبة (35.48) بأن نوع الجمال الذي من المفترض تتسم به المرأة الجمال الروحي.

الجدول (40) : يوضح مدى إهتمام المبحوثات بالإعتناء بأجسادهن من كل النواحي.

النسبة المئوية	التكرار	الإهتمام بالمظهر والجسد
58.06%	18	دائما
38.70%	12	أحيانا
3.22%	01	أبدا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (58.06%) أجبن بأنهن دائما لديهن إهتمام بإعتناء بالجسد من كل النواحي، في حين تليها نسبة (38.70%) بأنهن أحيانا لديهن إهتمام بإعتناء بالجسد من كل النواحي وتليها نسبة (3.22%) بأنهن ليس لديهن إهتمام بإعتناء بالجسد من كل النواحي.

الجدول (41) : يوضح أسباب إهتمام المبحوثات بالإعتناء بمظهرهن الخارجي.

النسبة المئوية	التكرار	اسباب الإهتمام والإعتناء بالمظهر
6.48%	2	الرغبة في محاكاة ومضاهاة الزميلات والمشاهير
16.12%	5	حب الزينة والتمظهر الأنيق
12.90%	4	حبك وشغفك بالأناقة
19.35%	6	حبك لذاتك
3.22%	1	رضاك عن ذاتك
29.03%	9	لكي تبدين أكثر أنوثة
12.90%	4	شعورك بالنرجسية الأنثوية
0%	0	شعورك بالتفرد والتميز عن غيرك
0%	0	أخرى
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (29.03%) أجبن بأنهن تهتمن بالإعتناء بمظهرهن الخارجي بسبب لكي يبدين أكثر أنوثة ، في حين تليها نسبة (19.35%) بأنهن

تهتمن بالإعتناء بمظهرهن الخارجي بسبب حبهن لذاتهن وتليها نسبة (16.12 %) بأنهن تهتمن بالإعتناء بمظهرهن الخارجي بسبب حب الزينة والتمظهر الأنيق ونسبة 12.90% بأنهن تهتمن بالإعتناء بمظهرهن الخارجي بسبب شعورهن بالنرجسية الأنثوية

الجدول (41) : يوضح أسباب سعي المبحوثات الى الإعتناء بأجسادهن وترغبين في التجميل .

اسباب العناية بالجسد والرغبة في التجميل	التكرار	النسبة المئوية
لتقادي الشعور بعقدة النقص	1	3.22%
السعي للشعور بالرضى عن ذاتك	4	12.90%
بقصد السعي للشعور بالتوازن النفسي	3	9.67%
مسايرة ثقافة الهندمة في مجتمعي	4	12.90%
لا أعير أدنى إهتمام لهذا الأمر	19	59.37%
أخرى	0	0%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (59.37%) أجبن بأنهن لا يسعين إلى الإعتناء بجسدهن ويرغبين في التجميل، في حين تليها نسبة (12.90%) يسعين إلى الإعتناء بجسدهن ويرغبين في التجميل بسبب السعي للشعور بالرضى عن ذاتك ومسايرة ثقافة الهندمة في مجتمعي وتليها نسبة (9.67%) يسعين إلى الإعتناء بجسدهن ويرغبين في التجميل بقصد السعي للشعور بالتوازن النفسي 3.22% يسعين إلى الإعتناء بجسدهن ويرغبين في التجميل لتقادي الشعور بعقدة النقص.

الجدول (42) : يوضح سعي المبحوثات إلى العناية بأجسادهن الأنثوية.

السعي للعناية بالجسد	التكرار	النسبة المئوية
دائما	15	48.38%
أحيانا	15	48.38%
أبدا	1	3.22%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (48.38%) أجبن بأنهن دائماً وأحيانا ما تسعين إلى العناية بجسدهن الأنثوي، في حين تليها نسبة (3.22%) لا تسعين إلى العناية بجسدهن الأنثوي.

الجدول (43) : يوضح الأسباب الداعية بالمبحوثات إلى السعي بالعناية بأجسادهن.

أسباب العناية بالجسد	التكرار	النسبة المئوية
الحفاظ على جمال جسدي ورونقه	20	65.53%
الحفاظ على نشاطي وحيويتي	5	16.12%
لكي أظهر للآخرين بمظهر جميل	2	6.45%
لكي ألفت إنتباه من حولي	2	6.45%
لكي أظهر بصورة إغرائية جيدة	2	6.45%
لكي أبدو أكثر أنوثة	0	0%
أخرى	0	0%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (65.53%) أجبن بأن الأسباب الداعية إلى السعي بالعناية بجسدهن هي الحفاظ على جمال جسدهن ورونقه، في حين تليها نسبة (16.12%) بأن الأسباب الداعية إلى السعي بالعناية بجسدهن هي الحفاظ على نشاطهن وحيويتهم وتليها نسبة (6.45%) بأن الأسباب الداعية إلى السعي بالعناية بجسدهن هي لكي يظهرهن بصورة إغرائية جيدة ولكي يلفتن إنتباه من حولهن.

الجدول (44) : يوضح إقتناء المبحوثات للألبسة النسائية (المنزلية/لباس الشارع).

إقتناء الألبسة	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	18	38.70%
أحيانا	12	58.06%
أبداً	1	3.22%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (58.06%) أجبن بأنهن تقتنين الألبسة النسائية أحيانا، في حين تليها نسبة (38.70 %) بأنهن تقتنين الألبسة النسائية دائما وتليها نسبة (3.22 %) بأنهن لا تقتنين الألبسة النسائية.

الجدول (46) : يوضح شغف المبحوثات بالإعتناء بهندامهن من حيث الجودة والتنسيق والألوان .

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
58.06%	18	دائما
47.93%	13	أحيانا
0%	0	أبدا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (58.06%) أجبن بأنهن دائما شغوفات بالإعتناء بهندامهن من حيث الجودة والتنسيق والألوان، في حين تليها نسبة (47.93 %) بأنهن أحيانا شغوفات بالإعتناء بهندامهن من حيث الجودة والتنسيق والألوان .

الجدول (47) : يوضح نمط لباس المبحوثات والمحددات التي تتحكم فيه.

النسبة المئوية	التكرار	المحددات
67.74%	21	حرية شخصية
25.81%	8	ثقافة مجتمعية محلية
6.45%	2	ثقافة مجتمعية عالمية
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (67.74 %) أجبن بأنهن ترين بأن نمط ونوع لباسهن تتحكم فيه حرية شخصية، في حين تليها نسبة (25.81%) ثقافة مجتمعية محلية وتليها نسبة (6.45%) أنه ثقافة مجتمعية عالمية.

الجدول (48) : يوضح قيام المبحوثات بمسايرة ثقافة الموضة العالمية في الهندام الخاصة بهن.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
%22.58	7	نعم
%22.58	7	لا
%54.83	17	نوعا ما
%100	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (54.83%) نوعا ما أجبن بأنهن يقمن بمسايرة ثقافة الموضة العالمية في الهندام الخاصة بهن، في حين تليها نسبة (22.58 %) بأنهن يقمن بمسايرة ثقافة الموضة العالمية في الهندام الخاصة بهن وتليها نسبة (22.58%) بأنهن لا يقمن بمسايرة ثقافة الموضة العالمية في الهندام الخاصة بهن.

الجدول (49) : يوضح سعي المبحوثات إلى تقليد المشاهير (فنانات، مؤثرات، مصممات أزياء ...)

النسبة المئوية	التكرار	تقليد المشاهير
%0	0	دائما
%54.83	17	أحيانا
%45.16	14	أبدا
%100	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (54.83%) أجبن بأنهن أحيانا يسعين إلى تقليد المشاهير، في حين تليها نسبة (45.16%) لا يسعين إلى تقليد المشاهير.

الجدول (50): يوضح محددات ارتداء المبحوثات للألبسة.

الغايات	التكرار	النسبة المئوية
ارتداء ما يحلو لك من ألبسة بدون تدخل الغير	12	41.97%
بما يتوافق وشخصيتك ومعتقداتك	10	32.25%
بما يتلاءم وطبيعة جسدك	5	16.12%
بما يتوافق والوضع المادي	1	3.22%
إتباع نمط لباس أفراد أسرتي (الأم، الأخوات ...)	1	3.22%
تبعاً للثقافة المحلية	1	3.22%
تبعاً للثقافة العالمية	0	0%
تبعاً لتعاليم الدين الإسلامي	1	3.22%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (41.97) أجبن بأن إرتداءهن لنمط اللباس الخاص بهن ناجم عن ارتداء ما يحلو لك من ألبسة بدون تدخل الغير، في حين تليها نسبة (32.25%) بأن إرتداءهن لنمط اللباس الخاص بهن ناجم عن بما يتوافق وشخصيتك ومعتقداتك وتليها نسبة (16.12%) بأن إرتداءهن لنمط اللباس الخاص بهن ناجم عن بما يتلاءم وطبيعة جسدك 3.22% بأن إرتداءهن لنمط اللباس الخاص بهن تبعاً لتعاليم الدين الإسلامي.

الجدول (51): يوضح مقاصد ارتداء المبحوثات لألبسة خاصة.

المقاصد من وراء ارتداء الألبسة	التكرار	النسبة المئوية
تنشدي صورتك الأنثوية	25	80.64%
السعي للتشبه بالجنس الآخر	0	0%
إثارة الرغبة فيك	1	3.22%
أثارة الفتنة والغواية للجنس الآخر	5	16.14%
المجموع	31	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (80.64%) أجبن بأن ارتداء لباس خاص بهن بقصد ينشذن صورتهن الأنثوية، في حين تليها نسبة (16.14%) أجبن بأن ارتداء لباس خاص بهن بقصد إثارة الفتنة والغواية للجنس الآخر وتليها نسبة (3.22%) أجبن بأن ارتداء لباس خاص بهن بقصد إثارة الرغبة فيهن.

الجدول (52) : يوضح رأي المبحوثات في دواعي إرتداء المرأة المسلمة لللبسة معينة.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
35.48%	11	الحفاظ على الشرف
3.22%	1	الإزدراء من الغير
0%	0	تكتثير الإشتهاء
35.48%	11	الحفاظ على العفة والطهارة
25.80%	8	أخرى
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (35.48%) يرين بأن المرأة المسلمة ترتدي الألبسة بدواعي الحفاظ على العفة والطهارة والحفاظ على الشرف، في حين تليها نسبة (25.80%) يرين بأن المرأة المسلمة ترتدي الألبسة بدواعي إجابات أخرى وتليها نسبة (3.22%) يرين بأن المرأة المسلمة ترتدي الألبسة بدواعي الإزدراء من الغير.

الجدول (53) : يوضح إقتناء المبحوثات لمستلزمات الزينة ومستحضرات التجميل.

النسبة المئوية	التكرار	الإقتناء
64.51%	20	نعم بالطبع
6.45%	2	لا
29.03%	9	حسب الظروف
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64.51%) يقمن بإقتناء مستلزمات الزينة ومستحضرات التجميل، في حين تليها نسبة (29.03%) يقمن بإقتناء مستلزمات الزينة

ومستحضرات التجميل حسب الظروف وتليها نسبة (6.45%) لا يقمن بإقتناء مستلزمات الزينة ومستحضرات التجميل.

الجدول (54) : مقاصد اقتناء المبحوثات للمستلزمات.

النسبة المئوية	التكرار	المقاصد
19.35%	6	ماركات عالمية
0%	0	الماركات باهضة الثمن
6.45%	2	الماركات رخيصة الثمن
3.22%	1	ماركات تستخدمها المشاهير من الفنانات والمؤثرات
16.12%	5	ماركات محلية الصنع
29.03%	9	لا تعيري ادنى إهتمام لنوع الماركة
25.80%	8	أخرى
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (29.03%) لا يحرصن على أن تكون مقتنياتهن، في حين تليها نسبة (25.80%) إجابات أخرى وتليها نسبة (19.35%) يحرصن على أن تكون مقتنياتهن ماركات عالمية 16.12 % يحرصن على أن تكون مقتنياتهن ماركات محلية الصنع 6.45% يحرصن على أن تكون مقتنياتهن 3.22 الماركات رخيصة الثمن % يحرصن على أن تكون مقتنياتهن ماركات تستخدمها المشاهير من الفنانات والمؤثرات.

الجدول (55) : يوضح شغف المبحوثات بشراء المواد المطهرة والعطور من عدمه.

النسبة المئوية	التكرار	الشغف لشراء المواد المطهرة
64.51%	20	دائما
32.25%	10	أحيانا
3.22%	1	أبدا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64.51%) أجبن بأنهن دائما شغوفات بشراء المواد المطهرة والعطور، في حين تليها نسبة (32.25%) بأنهن أحيانا شغوفات بشراء المواد المطهرة والعطور وتليها نسبة (3.22%) بأنهن لسن شغوفات بشراء المواد المطهرة والعطور

الجدول (56) : يوضح أماكن إقتناء المبحوثات للعطور ومستلزمات التجميل.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
90.32%	28	المحلات التجارية في المدينة التي تقيمي فيها
6.45%	2	المحلات خارج المدينة التي تقيمي فيها
0%	0	خارج الوطن
3.22%	1	تصنعينها بمفردك
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (90.32%) أجبن بأنهن يشتريين مستلزمات الزينة والعطور من المحلات التجارية في المدينة التي يقيمن فيها، في حين تليها نسبة (6.45%) يشتريين مستلزمات الزينة والعطور من المحلات خارج المدينة التي يقيمن فيها وتليها نسبة (3.22%) يصنعنهن بمفردهن.

الجدول (57) : يوضح تأثير المبحوثات بالاعلانات الإلكترونية الخاصة بكل ما يتعلق بالجمال والزينة والتعطر .

النسبة المئوية	التكرار	التأثر
12.90%	4	دائما
67.74%	21	أحيانا
19.35%	6	أبدا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (67.74%) أجبن بأنهن أحيانا تتأثرن بالاعلانات الإلكترونية، في حين تليها نسبة (19.35%) لا تتأثرن بالاعلانات الإلكترونية وتليها نسبة (12.90%) دائما تتأثرن بالاعلانات الإلكترونية

الجدول (58) : يوضح ممارسة المبحوثات للرياضة.

النسبة المئوية	التكرار	ممارسة الرياضة
9.67%	3	دائما
70.96%	22	أحيانا
19.35%	6	أبدا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (70.96 %) أجبن بأنهن أحيانا يمارسن الرياضة، في حين تليها نسبة (19.35%) بأنهن لا يمارسن الرياضة وتليها نسبة (9.67%) بأنهن دائما يمارسن الرياضة.

الجدول (59) : يوضح الأمكنة التي تمارس فيها المبحوثات الرياضة.

النسبة المئوية	التكرار	أمكنة الممارسة
24.00%	6	قاعات الرياضة النسائية
52.00%	13	المنزل
04.00%	1	الشارع
04.00%	1	النوادي الرياضية
16.00%	04	أخرى
100%	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (52.00%) أجبن بأنهن تمارسن الرياضة في المنزل، في حين تليها نسبة (24.00%) بأنهن تمارسن الرياضة في قاعات الرياضة النسائية وتليها نسبة (16.00%) بأنهن يمارسن الرياضة في أماكن مختلفة .

الجدول (60) : يوضح قيام المبحوثات بعمليات تجميل .

النسبة المئوية	التكرار	القيام بعمليات تجميل
3.22%	1	دائما
9.67%	3	أحيانا
87.09%	27	أبدا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (87.09%) أجبن بأنهن لم قمنا بعمليات تجميل، في حين تليها نسبة (9.67%) بأنهن أحيانا قمنا بعمليات تجميل وتليها نسبة (3.22%) بأنهن قمنا بعمليات تجميل.

الجدول (62) : يوضح تفكير المبحوثات في القيام بعمليات جراحية تجميلية .

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
12.90%	4	نعم
77.41%	24	لا
9.67%	3	نوعا ما
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (77.41%) أجبن بأنهن لا يفكرن في القيام بعملية جراحية تجميلية، في حين تليها نسبة (12.90%) يفكرن في القيام بعملية جراحية تجميلية و تليها نسبة (9.67%) يفكرن في القيام بعملية جراحية تجميلية نوعا ما.

الجدول (64) : يوضح عما اذا أثر موقع التواصل الإجتماعي تيك توك على صورة المبحوثات لأجسادهن أم لا.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
12.90%	4	نعم بالطبع
80.64%	25	لا ارى ذلك
6.45%	2	نوعاً ما
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (80.64%) لا يرين بأن متابعتك لمواقع التواصل الإجتماعي وبخاصة تيك توك أثرت على صورتك لجسدك، في حين تليها نسبة (12.90%) يرين بأن متابعتك لمواقع التواصل الإجتماعي وبخاصة تيك توك أثرت على صورتك لجسدك وتليها نسبة (6.45%) يرين بأن متابعتك لمواقع التواصل الإجتماعي وبخاصة تيك توك أثرت نوعاً ما على صورتك لجسدك.

خلاصة

واستنتاجات عامة

- النتائج:

بعد عرض وتحليل البيانات خلصنا الى مجموعة من النتائج حيث إتضح لنا :

- 1- كفاءات إستخدام المبحوثات لتطبيق تيك توك.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 32.27 بدأن العمل على تطبيق تيك توك منذ ثلاث سنين وأكثر.
- تعرفت غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 64.51 عن تطبيق تيك توك من خلال مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى مثل الفيسبوك واليوتيوب والأنستغرام.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 64.51 قمن بتنزيل التطبيق على هواتفهن ويستخدمنه بالفعل على الدوام.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 51.63، يقمن بتصفح صفحاتهن في تطبيق تيك توك كل ما سنحت لهن الفرصة لذلك.
- غالبية المبحوثات تستخدم تطبيق تيك توك كل ما سنحت لهن الفرصة لذلك وقدرت نسبتهن بـ 32.25.
- غالبية المبحوثات يستخدمن تطبيق تيك توك في غالب الاحيان في السهر قدرت نسبتهن بـ 64.53.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 70.99، يتعاطين ويستخدمن تطبيق تيك توك خلال أوقات فراغهن.
- الغالبية العظمى من المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 96.78 يستخدمن وسيلة الهاتف الجوال بقصد تصفح صفحاتهن عبر تيك توك.
- الغالبية العظمى من المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 93.56، يتصفحن صفحاتهن في تيك توك في منازلهن.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 58.06 لا يقمن بنشر أو مشاركة مقاطع الفيديو في صفحاتهن عبر تيك توك.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 83.89، تنشرن اشربة الفيديو ويتصفحنها بشكل عشوائي. وفي كل الاوقات، وان الأمر غير محدد بزمن محدد.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 67.74، يرين بأن تطبيق تيك توك سهل الإستعمال.

- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 70.98، يوضحن بأن تطبيق تيك توك واستخدامه يروق لهن.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 51.64 غايتهن من وراء تصفح تطبيق تيك توك تأتي في مقدمها الإطلاع على المعلومات والأخبار.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 64.51، يرين بأن تطبيق تيك توك عاد عليهن في بعض الأحيان بفائدة في مجالات مختلفة.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 48.38، يعتقدن بأن استخدامهن لتطبيق تيك توك ساهم في بعض الأحيان في إشباع حاجاتهن النفسية، العقلية والجسدية، إلا ان نسبة معتبرة قدرت بـ 45.17 يرين غير ذلك.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 22.58، يرين بأن استخدامهن لتطبيق تيك توك ساهم مساهمة فعالة في تغيير طريقة تفكيرهن.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 54.85، يرين بأن مضامين تيك توك تتماشى مع إهتماماتهن وطموحاتهن في بعض الأحيان. إلا ان نسبة منهن قدرت بـ 41.93 يرين غير ذلك.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 74.21، يرين بأنهن غير مؤثرات في منصة تيك توك.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 70.98، يقمن بنشر محتويات ذات طابع ثقافي.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 45.2، يتابعن (محتويات ومضامين) المتعلقة بالمرأة بالأساس لأشرطة الفيديو على منصاتهن على تيك توك .
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 51.61 يرين بأن أكثرية مقاطع الفيديو المنشورة عبر منصة تيك توك متعلقة بالمرأة.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 77.41، يتفاعلن مع صفحات المشاهير من الفتيات والنساء.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 79.96، تستهوين أشرطة ومقاطع الفيديو في بعض الأحيان ولا سيما منها المتعلقة بالمرأة وعن كل ما يخصها.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 45.16 يتابعن من مقطع إلى عشرة مقاطع فيديو خلال اليوم والمتعلقة بالمرأة.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 54.83 تستهوين في بعض الأحيان المنشورات باختلاف أنواعها والمتعلقة بالمرأة وبالجسد الانثوي.

- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 64.51، يتفاعلن من خلال (التعليق والمشاركة) مع أشرطة الفيديو في منصة تيك والتي لها علاقة بجسد المرأة.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 45.16 هن غير شغوفات بمتابعة مقاطع الفيديو الخاصة بالنساء (المشاهير، الفنانات المؤثرات، صانعات المحتوى).
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 74.19 لا يقمن بإنشاء ونشر مقاطع فيديو قصيرة بكل ما يتعلق بجسد المرأة.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 80.64، لا يشاركن في أيقونة العناصر الافتراضية (الهدايا الإجتماعية).
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 45.16، يفضلن المنشورات المتعلقة بكل ما يخص جسد المرأة من حيث (التجميل، الرياضة، الرشاقة، الوزن ...)
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 48.38 يهتمين بمتابعة التريندات المشهورة ومشاهير منصة تيك توك.

2- صورة الجسد لدى المبحوثات:

- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 80.65 يرين بأنهن متوسطات في الجمال.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 61.29 يرين بأن من مميزات ومعايير جمال المرأة أنها تكون مفعمة بالحياة.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 51.63 يعتقدن بأن جمال المرأة هو بمثابة وسيلة لإثبات الذات.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 64.51 يرين بأن جمال الجسد والروح معاً هو الجمال الذي من المفترض أن تتسم به كل امرأة.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 58.06 لديهم إهتمام على الدوام بالإعتناء بأجسادهن من كل النواحي.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 29.03 يعرن إهتمامهن بالإعتناء بمظهرهن الخارجي لكي يبدن أكثر أنوثة.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 59.37 لا يسعين الى الإعتناء بأجسادهن وترغبن في التجميل وذلك لأنهن لا يعرن أدنى إهتمام بهذا الأمر.

- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 48.38 يسعين للإعتناء بأجسادهن على الدوام وفي بعض الأحيان.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 65.53 يفتتنين بأجسادهن وذلك بقصد الحفاظ على جمالها ورونقها.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 58.06 يفتتنين الألبسة المنزلية وخارج المنزل في بعض الأحيان.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ شغوفات أتم الشغف وعلى الدوام بالاعتناء بهندامهن من حيث الجودة والتنسيق والألوان.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 67.74 يرين بأن الالبسة اللاتي يرتدينها بكونها حرية شخصية.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 54.83 يسايرن نوعاً ما ثقافة الموضة العالمية فيما يخص الألبسة النسائية الخاصة بهن.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 54.83 يسعين إلى تقليد المشاهير (فنانات، مؤثرات مصمات أزياء...)
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 41.97 يرتدين ما يحلو لهن من ألبسة بدون تدخل الغير.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 80.64 مقصديتهن من وراء إرتداء الالبسة النسائية هي من أجل إنشاد صورتهم الأنثوية.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 35.48 يرين أن من دواعي ارتداء المرأة المسلمة لألبسة معينة هي بقصد الحفاظ على العفة والطهارة والشرف.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 64.51 يفتتنين مستلزمات الزينة ومستحضرات التجميل.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 29.03 لا يعرن أدنى إهتمام لنوع الماكات حين إقتناء المستلزمات الخاصة بالمرأة.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 64.51 لديهن شغف كبير وعلى الدوام بشراء المواد المطهورة والعطور.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 90.32 يفتتنين المستلزمات الخاصة بالعطور والتجميل من المحلات التجارية في المدن التي يقمن بها.

- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 67.74 يتأثرن على الدوام بالاعلانات الإلكترونية الخاصة بكل ما يتعلق بالجمال والزينة والعطور.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 70.96 يمارسن الرياضة في بعض الأحيان.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 52.00 يمارس الرياضة في منازلهن.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 87.09 لم يقمن قط بعمليات تجميلية.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ 80.64 يرين بأن موقع التواصل الإجتماعي تيك توك لا يؤثر إطلاقاً على صورتهم لأجسادهن.
- غالبية المبحوثات والمقدر نسبتهن بـ لا يفكرن في القيام بعمليات جراحية تجميلية.

- خاتمة:

يبدو أنّ الخيط الرفيع بين العالم الافتراضي والواقعي قد قُطع واشتبكت الأمور إلى حدٍّ لا يمكنُ التّفريق بينهما، ويصعب معه تمايزهما، ففي هذا العصر الذي شهد أكبر حملات هجرة ولجوء ونزوح، لعلنا نجد أن أكبر هجرة شهدتها البشرية على الإطلاق هي الهجرة من الواقعيّ إلى الافتراضي، والسّكن في وسائل التّواصل الاجتماعيّ.

لقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في إمطة اللثام عن جانب من جوانب الانحلال الأخلاقي الذي تعرفه المجتمعات العربية، والذي كان في مراحل سابقة يتم في الخفاء، في ضل النفاق الاجتماعي ووراء ستار (الأخلاق) والتدين. و"تيك توك" هو احد هذه المواقع التي استطاعت تحقيق انتشار كبير، وأضحى عبارة عن ملهى ليلي مباشر للعريّ والإيحاءات غير اللائقة والرقص الماجن. حيث رفع الحياء، عن مجتمع لطالما كان يصنف عرض نسائه في خانة الحرمات والممنوعات؟!!

ما يثير الانتباه أن الفتيات اللواتي ينشرن هذه المقاطع، معظمهم من أسر محافظة، ما يثبت فشل العملية التربوية التقليدية، وانهيار القيم الأسرية، ذات الطابع الديني والأخلاقي. ناهيك عن أن هذا التطبيق قد ساهم في كسر حرمة البيوت بشكل لا يُصدق لدرجة أن الفتيات ينشرن رقصهن وميوعتهن داخل بيوتهن بملابس غير محتشمة وبغناء أغلبه من أغاني الملاهي الليلية وحتى في حضرة آبائهن أو أمهاتهن أحيانا، خصوصا وأنه من المفترض على الآباء الإشراف على أبنائهم، ونهر بناتهم وردعهن على مثل هذه التصرفات غير المقبولة والتي تسيء لهن ولسمعتهن بدلا من مشاركتهن الرقص.

يجب أن نُعزز ثقتنا بأنفسنا وأن نسعى إلى أن نكون أنفسنا لا غيرنا، فاستتساخ الذات من الآخرين ليس نجاحًا، بل النجاح أن نعرف ذواتنا بحق، ونرسخها في الحياة الواقعية والافتراضية على حد سواء.

ومع يقيننا أن العالم الافتراضي أتاح للكثيرين فرصة استعراض العضلات الوهميّة، والتّفاخر بالإنجازات الخبيّة والاستكثار من صفاتٍ وأفعالٍ لا تعدو كونها ضربًا من الخيال إلا أنه في المقابل هناك نماذج ناجحة ومتألّقة تستحقّ المتابعة والتفكّر في خطّ سير نجاحها من أجل اقتفاء أثرها للوصول إلى النّجاح، إلا أنّها أقلُّ بكثيرٍ مما نتوقّعه.

من المهم جدًا أن نبحث عن النماذج الحقيقية الناجحة، ونتفكّر في أسباب نجاحها، ونعمل على تطبيقها مع قناعتنا بأن الله عز وجل خلق الناس مختلفين في القدرات والأنماط، وهذا من نعم الله على البشرية من أجل تحقيق التكامل فلا ينبغي أن نسعى للتطابق مع الآخر بل ينبغي أن نكتشف مواطن الإبداع فينا، ونعززها ونطوّرها.

يجب أن نُعزّز ثقتنا بأنفسنا وأن نسعى إلى أن نكون أنفسنا لا غيرنا، فاستساخ الذات من الآخرين ليس نجاحًا بل النجاح أن نعرف ذاتنا بحق، ونرسخها في الحياة الواقعية والافتراضية على حد سواء.

قائمة المراجع

- قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

📖 الكتب:

- 1) حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015).
- 2) رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
- 3) شافا فراكفورت ناشياز، دافيد ناشميز، طرائف البحث في العلوم الاجتماعية، ترجمة: ليلي الطويل، دمشق، بتر للنشر والتوزيع، 2004.
- 4) عبد الحق درقان عبيدات وكايد وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2000.
- 5) عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، موقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، ط1، (عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2015).
- 6) فيصل محمد عبد العفار، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، (عمان، الجاندريه، للنشر والتوزيع، 2016).
- 7) كمال دشلي : منهجية البحث العلمي ، مديرية الكتب و المطبوعات الجامعية ، سوريا ، ب ن ط، 2016.
- 8) مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي ، مؤسسة الوراق ، الأردن ، ط1 ، 2000.
- 9) معز بن مسعود: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة اعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، (تونس: مطبعة ر د م ك 2015).

📖 المجلات:

- 1) إبراهيم قائد احمد خالد، استخدام الفايسبوك ودوره في تكوين علاقات الصداقة لدى عينة من الطلبة الدراسات العليا والجامعية مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 42 ، (المغرب، جامعة محمد الخامس، ماي 2018).
- 2) بلال بوترة: التفاعل الإلكتروني وأثره على الوظيفة التربوية للأسرة الجزائرية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك مجلة البحوث والدراسات، ع 22 ، 2016.

(3) درقاوي عبد القادر الشريف، الفيس بوك في الوطن العربي: "دراسة علمية لظاهرة المنظمات الافتراضية، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، عدد 1 (وهران: جامعة وهران السانیا، جانفي 2015).

(4) شيماء الهواري وآخرين: مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي. دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحة قناة BBC، مجلة الدراسة الإعلامية، ع 01، 2019.

(5) عبد الكريم علي الدببسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد 1، (الأردن جامعة البرا 2013).

📖 المقالات:

(1) محمد عبد المنعم وآخرون: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل.

(2) محمد منصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (الدانمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة، 2012).

(3) نصر الدين العياضي، الرهانات الإستيمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي (نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية)، أبحاث لمؤتمر الدولي للإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة.... لعالم جديد، أبريل 2009، جامعة البحرين.

(4) إبراهيم أحمد الدوري، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر.

(5) أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات، السعودية، جامعة أم القرى، السعودية، 2014 / 2015.

(6) جريو دنيا: اتجاهات الشباب نحو استخدام التيك توك وعلاقته بالقيم الاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيل 2020.

(7) وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا الى الميثودولوجيا، المركز العربي للأبحاث الفضاء الالكتروني مارس 2012.

(8) هدى الصالح : صحيفة الشرق الأوسط، العدد 11926

(9) هناء سرور: وسائل التواصل الاجتماعي واثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة، محور: تأثير وسائل الاتصال في التطور الاجتماعي الاقتصادي، قطاع الاعلام والاتصال، ص 12

(10) عباس محمود العقاد، مطالعات في الكتب والحياة، تاريخ النشر الأصلي: 1924 النوع: ترجمة سيرة حياة.

📖 القواميس:

(1) مجد الدين بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، تحقيق مكتبة التحقيق، التراث في مؤسسة الرسالة، حرف الخاء، مادة (خدم)، ط1.

📖 المعاجم:

(1) إبراهيم مصطفى وآخرون: المعجم الوسيط، معجم اللغة العربية، باب الفاء مادة (خدم)، مكتبة الشرق الدولية، ط4، 1425هـ-2004م.

📖 الرسائل والأطروحات العلمية

1. ماستر

(1) عواطف عبيدي سعد، استخدام أئمة المساجد لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيش بوك" أنموذجاً دراسة ميدانية بولاية الوادي شهادة ماستر في العلوم الإسلامية 2015 / 2016.

(2) مرزاق بلبال: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر في علم الاجتماع الاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019.

2. ماجستير

(1) علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، الجامعة الإسلامية.

📖 المواقع الإلكترونية:

(1) <http://futureae.com> (16/05/2022 /14:21).

(2) <http://Futureae.com>، 16/05/2022، (14:02).

(3) <http://futureuae.Com> 20 09 , 26, 06 ,2020 تاريخ نشر المقال 2020/06/26،

تاريخ التصفح 2022/05/10، الرابط <https://www.google.com/search?q>

- (4) الرابط الإلكتروني للإستبيان الخاص بالبحث الميداني: آثار مواقع التواصل الاجتماعي على صورة الجسد الأنثوي، تطبيق تيك توك انموذجاً. <https://forms.gle/VTDCz86W6scCLR6j8>
- (5) رباب طلعت: موقع إلكتروني: ما هو " التيك توك ". تاريخ نشر المقال الثلاثاء، يونيو/ 28 / 2022 ، تاريخ التصفح 2022/05/25، الرابط [-/https://www.e3lam.com/368752](https://www.e3lam.com/368752)
- (6) شبكة النبا المعلوماتية، الجمعة، كانون الأول، 2009.
- (7) عواج سامية، الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي: الابعاد والمخاطر ، تم الإسترجاع (21/04/2022.09.15) متاح على :fr-dz : [Hts://www.asjp.dz/eh/articel/161898h/](https://www.asjp.dz/eh/articel/161898h/)
- (8) محمد سيد: تيك توك. تاريخ نشر المقال 19 نوفمبر 2018، تاريخ التصفح 2022/05/29، الرابط <https://www.google.com/search?q>
- (9) محمد سيد: تيك توك، 19 نوفمبر 2018 موقع جامعة جيجل، تاريخ التصفح 2022/06/01، الرابط [/https://dspace.univ-jijel.dz](https://dspace.univ-jijel.dz)
- (10) مدون إلكتروني، افريقيا قارتنا -العدد 27 يوليو 2018 ص 72 <https://doi.org/10.4000/insaniyat.6444>
- (11) هيثم الباقر، حقوق المرأة ومساواتها الكاملة في كافة المجالات ،الحوار المتمدن-العدد: 4742 - 2022 / 3 / 8 - 16:25 المحور: حقوق المرأة ومساواتها الكاملة في كافة المجالات. الرابط : <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=458392>

ثانياً: مراجع باللغات الأجنبية

- 1) Baudrillard, J. (1994), Simulacra and simulation, translated by Sheila Faria Glaser, Michigan : University of Michigan Press.
- 2) Douglas, M. (2002), Purity and Danger : An Analysis of concepts of Pollution and Taboo, London : Routledge.
- 3) Ferguson 1997.
- 4) Friedman & Martinez. 2008.
- 5) Hyvrard, J. (1977), La Meurtitude, Paris, éd. Minuit.

الاصح

استمارة الاستبيان

المحور الأول : البيانات الشخصية :

1- المستوى العمري :

44 فأكثر	43-34	33-24	23 - 14
----------	-------	-------	---------

2- المستوى التعليمي :

إبتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي
---------	-------	-------	-------

3- الحالة الإجتماعية :

عزباء	مخطوبة	متزوجة	مطلقة	أرملة
-------	--------	--------	-------	-------

4- مكان الإقامة :

الريف	البادية	مركز شبه حضري	المدينة
-------	---------	---------------	---------

المحور الثاني : استخدام منصة تيك توك.

5- منذ متى بدأت بإرتياد موقع التواصل الاجتماعي تيك توك؟

حوالي ستة أشهر	سنة	سنتين	ثلاث سنوات فأكثر
----------------	-----	-------	------------------

6- كيف تم التعرف على تطبيق تيك توك ؟

عن طريق صديق	عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي	عن طريق الصدفة
--------------	---------------------------------	----------------

عن طريق البحث القصدي	عن طريق إعلان
----------------------	---------------

7- هل أنت من اللواتي نزلن تطبيق تيك توك في الهاتف ؟

لم يفتحوه بعد

لم يستخدموه

ويستخدموه

8- ما هي عدد المرات التي تقومي فيها بتصفح حسابك في تيك توك خلال اليوم؟

مرة	مرتين	ثلاث مرات	اربعة مرات فأكثر .	على الدوام
-----	-------	-----------	--------------------	------------

كل ما سنحت لي الفرصة

9- كم ساعة تستغرقينها خلال اليوم في تصفح تيك توك؟

ساعة	ساعتين	ثلاث ساعات	أربع ساعات	ست ساعات فأكثر .
------	--------	------------	------------	------------------

كل ما سنحت لي الفرصة على الدوام

- 10- ما هي الاوقات المفضلة التي تستخدم فيها تيك توك ؟
الصباح الباكر الضحى الظهيرة المساء السهرة بعد منتصف الليل
كل الاوقات
- 11- ما هي الأوقات التي تتعاطى وتستخدم فيها تيك توك بكثرة ؟
خلال الدوام الدراسي/المهني خلال نهاية اليوم خلال نهاية الأسبوع خلال أوقات الفراغ
في كل الأوقات
- 12- بأية وسيلة تستخدمين تيك توك ؟
الهاتف الجوال اللوح الإلكتروني جهاز حاسوب
- 13- في أي مكان تتصفحين صفحتك على تيك توك ؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)
المنزل الشارع مقهى الأنترنت مجال العمل مجال التعليم
- 14- هل تقومي بنشر ومشاركة مقاطع فيديو عبر تيك توك ؟
نعم لا
- 15- إن كنت تنشرين مقاطع فيديو على صفحتك في تيك توك ..؛ ما هو برنامجك في نشر مقاطع الفيديو ؟
يومي أسبوعي شهري عشوائي
- 16- هل ترين بأن تطبيق تيك توك سهل الإستعمال ؟
نعم لا
- 15- هل يروق لك استخدام تطبيق تيك توك ؟
نعم لا
- 16- في حالة إجابتك بنعم .. ما الذي يعجبك في تطبيق تيك توك ؟
.....
- 17- ما هي الغاية الرئيسة من وراء تصفحك تيك توك ؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)
الإطلاع على المعلومات والاعخبار التواصل والتعارف الترفيه والتسلية المتعة قضاء وقت الفراغ التعليم والتعلم اذكرها غايات أخرى
- 18- هل يعود إستخدامك لتطبيق تيك توك عليك بفائدة ؟
دائماً أحياناً أبداً
- 19- هل تعتقدين أن تطبيق تيك توك قد ساهم في إشباع حاجاتك النفسية، العقلية، الجسدية ؟
دائماً أحياناً أبداً

20- هل ترين بأن تطبيق تيك توك ساهم في تغيير : (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

طريقة تفكيرك

وجهة نظرك

سلوكك وتصرفاتك

معاملتك مع الآخرين

علاقاتك مع الآخرين

لم يغير شيء

21- هل ترين أن مضامين منصة تيك توك تتماشى مع إهتماماتك وطموحاتك ؟

دائماً أحياناً أبداً

22- هل ترين بأنك من بين المؤثرين في منصة تيك توك ؟

نعم لا

23- ما هي طبيعة محتواك في النشر من خلال تطبيق تيك توك ؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

ثقافي علمي سياسي ترفيهي أخلاقي ديني

24- ما هي أكثر المتابعات (محتويات ومضامين) لأشرطة الفيديو على منصتك على تيك توك ؟.

(بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

متعلقة بالرجال فقط

متعلقة بالمرأة

متعلقة بكلى الجنسين.

متعلقة بالتعلم والتعليم

متعلقة بالعمل والشغل

متعلقة بالثقافة

متعلقة بالتجارة والإقتصاد

متعلقة بعصرنة والتحضر

متعلقة بالجمال والموضة

أخرى.

25- لا بد أنك مشتركة في صفحة (من أجلك) ..؛ ما هي مقاطع الفيديو المنتشرة بكثرة في هذه المنصة بالذات ؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

مقاطع تتعلق بكل ما يخص المرأة

مقاطع تتعلق بكل ما يخص الرجل

مقاطع متنوعة تجمع بين ما يخص المرأة والرجل.

26- لا شك أنك تتابعين صفحات المشاهير من الفتيات والنساء كيف تتفاعلين معها ؟(بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

التفاعل مع المنشورات (الاعجاب)

التعليق على المنشورات.

مشاركة المنشورات.

تنزيل شريط الفيديو ضمن الحسابات المفضلة

أخرى .

27- هل تستهويك أشرطة الفيديو المنشورة في تيك توك والمتعلقة بكل ما يخص المرأة ؟

دائماً أحياناً ابداً

28- كم عدد أشرطة الفيديو التي تتابعينها في منصة تيك توك والخاصة بالمرأة ؟

(10.01) (20.11) (30.21) (أكثر من 30) عدد لا متناهي

29- هل تستهويك المنشورات باختلاف أنواعها والمتعلقة بالمرأة وبالجسد الانثوي ؟

دائماً أحياناً ابداً

30- هل تتفاعلين من خلال (التعليق والمشاركة) لأشرطة الفيديو في منصة تيك والتي لها علاقة بجسد المرأة؟

دائماً أحياناً ابداً

31- هل انت شغوفة بمتابعة مقاطع الفيديو الخاصة بالنساء (المشاهير/الفنانات/المؤثرات/صانعات المحتوى)؟

دائماً أحياناً ابداً

32- هل تقومي بإنشاء ونشر مقاطع فيديو قصيرة بكل ما يتعلق بجسد المرأة ؟

دائماً أحياناً ابداً

33- هل تشاركين في منصة تيك توك في أيقونة العناصر الافتراضية (الهدايا الإجتماعية) ؟

دائماً أحياناً ابداً

34- هل يدخل ضمن تقضيلاتك أثناء استخدام منصة تيك توك ما يتعلق بجسد المرأة (تجميل، رياضة، رشاقة، الوزن ...) ؟

نعم لا نوعاً ما

35- هل تهتمين بمتابعة التريندات المشهورة ومشاهير منصة تيك توك ؟

دائماً أحياناً أبداً

36- لماذا في كل الحالات:

المحور الثالث: صورة الجسد الأنثوي.

37- هل ترين بأنك فيما يخص الجمال الأنثوي ؟

فائقة الجمال متوسطة الجمال لست جميلة بشعة

38- ما هي خصوصياتك في الجمال ؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

مغرية فائقة ساحرة مفعمة بالحيوية مفعمة بالأنوثة مقرفة قبيحة

39- هل تعتقدين بأن جمال المرأة هو عبارة عن ؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

وسيلة لإثبات الذات

توطيد العلاقة مع الآخر

لا تعبرين لهذا أدنى إهتمام

التمائل مع بنات جنسك.

40- ما هو نوع الجمال الذي من المفترض تتسم به المرأة ؟

الجمال الجسدي

الجمال الروحي

كلهما معاً

41- هل لديك إهتمام بالإعتناء بجسد من كل النواحي ؟

دائماً أحياناً أبداً

42- تهتمين بالإعتناء بمظهرك الخارجي بسبب ؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

الرغبة في محاكاة ومضاهاة الزميلات والمشاهير.

حب الزينة والتمظهر الأنيق

حبك وشغفك بالأناقة

حبك لذاتك

رضاك عن ذاتك

لكي تبدين أكثر أنوثة
شعورك بالانرجسية الأنثوية
شعورك بالتفرد والتميز عن غيرك.
أخرى

43- تسعين إلى الإعتناء بجسدك وترغبين في التجميل بسبب ؟(بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

لتفادي الشعور بعقدة النقص
السعي للشعور بالرضى عن ذاتك
بقصد السعي للشعور بالتوازن النفسي
مسايرة ثقافة الهندمة في مجتمعي
لا أعير أدنى إهتمام لهذا الأمر
أخرى

44- هل تسعين إلى العناية بجسدك الأنثوي ؟

دائماً أحيانا ابداً

45- في حالة الإجابة بالإيجاب ...؛ ما هي الأسباب الداعية إلى السعي بالعناية بجسدك ؟

(بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

الحفاظ على جمال جسدي ورونقه
الحفاظ على نشاطي وحيويتي
لكي أظهر للآخرين بمظهر جميل
لكي ألفت إنتباه من حولي
لكي أظهر بصورة إغرائية جيدة
لكي أبدو أكثر أنوثة
أخرى.

46- هل تفتني الألبسة النسائية (المنزلية/لباس الشارع)؟

دائماً أحيانا ابداً

47- لماذا في كل الحالات ؟:

48- هل أنت شغوفة بالإعتناء بهندامك من حيث الجودة والتسق والألوان ؟

دائماً أحيانا ابداً

49- هل ترين بأن نمط ونوع لباسك تتحكم فيه؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

حرية شخصية

ثقافة مجتمعية محلية

ثقافة مجتمعية عالمية

50- هل تقومي بمسايرة ثقافة الموضة العالمية في الهندام الخاصة بك ؟

نعم لا نوعاً ما

51- هل تسعين إلى تقليد المشاهير (فنانات، مؤثرات، مصممات أزياء ...)

دايماً أحياناً أبداً

52- هل ترين بأن إرتداءك لنمط اللباس الخاص بك ناجم عن؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

ارتداء ما يحلو لك من ألبسة بدون تدخل الغير

بما يتوافق وشخصيتك ومعتقداتك

بما يتلاءم وطبيعة جسدك

بما يتوافق والوضع المادي

إتباع نمط لباس أفراد أسرتي (الأم، الأخوات ...)

تبعاً للثقافة المحلية

تبعاً للثقافة العالمية

تبعاً لتعاليم الدين الإسلامي

53- ارتداء لباس خاص بك بقصد : (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

تنشدي صورتك الأنثوية

السعي للتشبه بالجنس الآخر

إثارة الرغبة فيك

أثارة الفتنة والغواية للجنس الآخر

54- هل ترين بأن المرأة المسلمة ترتدي الألبسة بدواعي : (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

الحفاظ على الشرف

الإزدراء من الغير

تكثير الإشتهاء

الحفاظ على العفة والطهارة

أخرى

55- هل تقومي بإقتناء مستلزمات الزينة ومستحضرات التجميل ؟

نعم بالطبع لا حسب الظروف

56- إذا كانت الإجابة بالإيجاب هل تحرصين على أن تكون مقتنياتك: (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

ماركات عالمية

الماركات باهضة الثمن

الماركات رخيصة الثمن

ماركات تستخدمها المشاهير من الفنانات والمؤثرات

ماركات محلية الصنع

لا تعيري ادنى إهتمام لنوع الماركة.

أخرى

57- هل أنت شغوفة بشراء المواد المطهرة والروائح ؟

دائماً أحياناً أبداً

58- تشتري مستلزمات الزينة والعطور من: (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

المحلات التجارية في المدينة التي تقيمي فيها

المحلات خارج المدينة التي تقيمي فيها

خارج الوطن

تصنعينها بمفردك

59- هل تتأثرين بالاعلانات الإلكترونية الخاصة بكل ما يتعلق بالجمال والزينة والتعطر ؟

دائماً أحياناً أبداً

60- هل تمارسين الرياضة ؟

دائماً أحياناً أبداً

61- في حالة الإجابة بالإيجاب اين تمارسين الرياضة ؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

قاعات الرياضة النسائية

المنزل

الشارع

النوادي الرياضية

أخرى

62- هل حصل وأن قمت بعمليات تجميل لبشرتك أو وجهك أو أحد أطراف جسدك ؟

دائماً أحياناً أبداً

61- لماذا في حالة الإجابة بالإيجاب ؟

62- هل تفكرين في القيام بعملية جراحية تجميلية ؟

نعم لا نوعاً ما

63- لماذا في حالة الإيجاب ؟ (بإمكانك إختيار عدد من البدائل)

لأنك تأثرت بما شاهدت من عمليات للمشاهير

لأنك تريدين تغيير مظهرك

تريدي ذلك ولكن ليس لديك المال الكافي لذلك.

تيدي ذلك ولكن تخافي من كلام الناس ونظرة الغير لك.

أخرى

63- هل ترين بأن متابعتك لمواقع التواصل الإجتماعي وبخاصة تيك توك أثرة على صورتك لجسدك ؟

نعم بالطبع لا ارى ذلك نوعاً ما

64- حسب رأيك ما هو رأيك في المقولة التالية : منصة تيك توك أثرت تأثير سلبياً على صورة المرأة

لجسدها؟

.....
.....