



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



الموضوع:

المرأة والفضاءات العمومية في المدينة الصحراوية

دراسة استكشافية للمركز التجاري "أميرة" و"مدينة مول" بمدينة الأغواط

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستري في شعبة علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع الحضري

إشراف الأستاذ:

أ.د. الزبير بن عون

إعداد الطالبتين:

1. مريم أماني عويطي

2. نور الهدى قريبيز

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
بشير طلحة	أستاذ التعليم العالي	رئيس
الزبير بن عون	أستاذ التعليم العالي	مشرف ومقرر
عطاء الله النوعي	أستاذ التعليم العالي	ممتحن

السنة الجامعية: 2024 . 2025

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique Université
Amar Telidji Laghouat
Faculté des Sciences Sociales
Département de sociologie & démographie
Commission scientifique



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار تليجي بالأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديموغرافيا

تصريح وتعهد

أنا الممضي أسفله:

- الطالبة: مريم أماني عويطي

- الحامل بطاقة التعريف الوطني تحت رقم: 1198900064032400001 الصادرة بتاريخ: 2017/12/19
عن بلدية: الأغواط، ولاية: الأغواط.

- رقم التسجيل: UN03012024230790014

- التخصص: علم الاجتماع الحضري.

- عنوان المذكرة:

المرأة والفضاءات العمومية في المدينة الصحراوية

دراسة استكشافية للمركز التجاري "أميرة" و "مدينة مول" بمدينة الأغواط

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

الأغواط فى: 2025/06/14

توقيع الطالبة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique Université
Amar Telidji Laghouat
Faculté des Sciences Sociales
Département de sociologie & démographie
Commission scientifique



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار تليجي بالأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديموغرافيا

تصريح وتعهد

أنا الممضي أسفله:

- الطالبة: نور الهدى قريبيز

- الحامل بطاقة التعريف الوطني تحت رقم: الصادرة بتاريخ: عن بلدية: الأغواط

، ولاية: الأغواط.

- رقم التسجيل:

- التخصص: علم الاجتماع الحضري.

- عنوان المذكرة:

المرأة والفضاءات العمومية في المدينة الصحراوية

دراسة استكشافية للمركز التجاري "أميرة" و "مدينة مول" بمدينة الأغواط

أصرح بشرفي أنني قمت بإنجاز المذكرة المذكور عنوانها أعلاه بجهد شخصي، وفقاً للمنهجية المتعارف عليها في البحث العلمي، وبذلك أتحمّل 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: 2025/06/14

توقيع الطالبة

شكر و عرفان

يا رب لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك
وعظمت سلطانك، تباركت يا رب وتعاليت
"سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا إنك أنت العليم الحكيم"
نشكر الله عز وجل الذي بتوفيق منه وبفضل منه
تمكنا من إنجاز هذه المذكرة
نتقدم بالعرفان والشكر الجزيل
إلى الأستاذ المشرف الزبير بن عوف
على كل التوجيهات والملاحظات التي قدمها لنا
وگذر على صبره طيلة إشرافه على دراستنا رغم تعدد التزاماته
كما نتوجه بخالص شكر والامتنان
إلى كافة أساتذتنا الكرام دون استثناء.

(مريم، نور)

الإهداء

أهدى هذا العمل المتواضع إلى الوالدين المحبين
وإلى أسرتي وزوجي العزيزين
إلى كل من ساعدني في تربيتي وإنجاز تقريري
أخص بالذكر الأستاذ الدكتور: الزبير بن عون
الذين ساهموا في إتمام هذا العمل وكان نعم المؤطر والمرشد
وكل صديقاتي وزميلاتي الأعزاء
لكل هؤلاء شكرًا ووفيقكم الله

(نور الهدى)



الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى كل من أنار طريقني
لدعوتهما والدي ووالدتي
إلى والدي سهرت على تربيته ورحمها الله وأسكنها فسيح جناته
إلى إخوتي وأخواتي
إلى زوجي العزيز وبناتي
إلى كل من ساعدني في تربيته وإنجاز تقريرتي
أخص بالذكر الأستاذ الدكتور: الزبير بن عون
إلى صديقاتي
لكم مني أفضل التحيات

(مريم)



- ملخص باللغة العربية:

نهدف من خلال هذه الدراسة الى التعرف عن مظاهر، أسباب وآثار ارتياد النساء الى الفضاءات العمومية وبالخصوص المراكز التجارية (مركز الأميرة، مدينة مول) بمدينة الأغواط. وفي سبيل ذلك قمنا ببحث ميداني على عينة قدرت بـ 34 مفردة من النساء بمختلف مستوياتهن العمرية، التعليمية اللواتي يرتدن المركزين، استخدمنا المنهج الوصفي، والاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وبعد تحليل البيانات خلصنا الى نتيجة عامة مفادها أن النساء في مدينة الأغواط، خاصة المتعلمات والمستقلات اجتماعيًا، يرتدن المراكز التجارية كفضاء للتسوق والترفيه والتخفيف من الضغوط النفسية. ويُعدّ هذا الفضاء العمومي بالنسبة لهن مساحة آمنة ومتعددة الوظائف، تلي حاجتهن الاقتصادية والاجتماعية والنفسية.

- كلمات مفتاحية: المرأة، الفضاء العمومي، المركز التجاري، المجتمع الصحراوي، المدينة.

Abstract:

Through this study, we aim to identify the manifestations, causes, and effects of women's frequenting public spaces, particularly shopping malls (Princess Center, City Mall) in the city of Laghouat. To this end, we conducted field research on a sample of 34 women of various ages and educational levels who frequent the two malls. We used the descriptive approach and a questionnaire as a tool for collecting information. After analyzing the data, we reached a general conclusion: women in the city of Laghouat, especially educated and socially independent women, frequent shopping malls as a space for shopping, entertainment, and stress relief. For them, this public space is a safe and multi-functional space that meets their economic, social, and psychological needs.

Keywords:

Women, public space, shopping center, desert community, city.

فهرس المحتويات

/	الإهداء.
/	الشكر والتقدير.
/	ملخص الدراسة.
أ	مقدمة.
الفصل الأول: بناء الموضوع	
03	أولاً: الإشكالية.
04	ثانياً: التساؤلات.
04	ثالثاً: أسباب إختيار الموضوع.
05	رابعاً: الأهمية والأهداف.
06	خامساً: المفاهيم الأساسية.
08	سادساً: صعوبات البحث.
الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
10	أولاً: الدراسة الأولى.
14	ثانياً: الدراسة الثانية.
18	ثالثاً: الدراسة الثالثة.
21	رابعاً: الدراسة الرابعة.
25	خامساً: الدراسة الخامسة.
29	سادساً: الدراسة السادسة.
الفصل الثالث: الطريقة والأدوات	
32	أولاً: مجالات الدراسة.
26	ثانياً: المنهج المستخدم.
36	ثالثاً: أدوات جمع المعلومات.
42	رابعاً: المعاينة.
43	خامساً: خصائص عينة الدراسة.
الفصل الرابع: النتائج والمناقشة	
48	أولاً: مظاهره ارتياد النساء للفضاءات العمومية.
51	ثانياً: أسباب ارتياد النساء للفضاءات العمومية.
54	ثالثاً: آثار ارتياد النساء للفضاءات العمومية.
56	رابعاً: النتائج.
59	خامساً: الاستنتاج العام.

فهرس المحتويات

64	- خاتمة.
66	- قائمة المصادر والمراجع.
69	- الملاحق.

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
38	معدل الثبات لمحاور الدراسة الميدانية.	01
39	يبين الصدق الداخلي لفقرات الاستبيان في المحور الأول.	02
40	الصدق الداخلي لفقرات المحور الثاني	03
41	الصدق الداخلي لفقرات المحور الثالث	04
43	توزيع المبحوثات حسب المستوى العمري.	05
44	توزيع المبحوثات حسب المستوى التعليمي.	06
45	توزيع المبحوثات حسب الحالة المدنية.	07
46	توزيع المبحوثات حسب مقر الإقامة.	08
48	زمن ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري	09
48	أوقات ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري.	10
49	ارتياد المبحوثات الفضاء التجاري خلال الشهر.	11
49	الوقت الذي تقضيه المبحوثات في الفضاء التجاري.	12
50	مكان جلوس المبحوثات في الفضاء التجاري.	13
50	الاشخاص التي تصطحبهم المبحوثات معهن في الفضاء التجاري.	14
51	الغاية من وراء ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري.	15
51	القصء من ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري.	16
52	تأثير ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري على حياتهن الاجتماعية.	17
52	تأثير ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري على حياتهن النفسية.	18
53	يبين أسباب ارتياد المبحوثات للمركز التجاري.	19
54	وجهات نظر المبحوثات حول آثار ارتياد المبحوثات للفضاء العمومي	20
55	اراء المبحوثات حول ارتياده المبحوثات للفضاء التجاري.	21

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
43	دائرة نسبية حول المستوى العمري للمبحوثات.	01
44	دائرة نسبية حول المستوى التعليمي للمبحوثات.	02
45	دائرة نسبية حول الحالة المدنية للمبحوثات.	03
46	دائرة نسبية حول مقر الإقامة للمبحوثات.	04

فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
69	استمارة الاستبيان	01

- مقدمة:

يُعد الفضاء العمومي، بمختلف أشكاله، مكونًا أساسيًا في الحياة الحضرية المعاصرة، حيث يشكل مجالًا للتفاعل الاجتماعي والتعبير الفردي والجماعي. ومن بين هذه الفضاءات، تبرز المراكز التجارية كأحد أكثر الفضاءات استقطابًا للنساء، لما توفره من خدمات متنوعة، وأجواء آمنة، ومناخ اجتماعي وثقافي خاص.

ويُعد ارتياد الفضاءات العمومية من أبرز مظاهر الحضور الاجتماعي للمرأة في المجتمع المعاصر خاصة في ظل التحولات الثقافية والاقتصادية التي تعرفها المجتمعات العربية، ومنها المجتمع الجزائري. ومن بين هذه الفضاءات، تبرز المراكز التجارية كأماكن تجمع بين الطابع الاستهلاكي والترفيهي والاجتماعي، حيث أصبحت تشكّل بالنسبة للعديد من النساء مجالًا للتنقل والتفاعل وقضاء الوقت خارج نطاق الأدوار التقليدية المرتبطة بالمنزل.

وفي هذا الإطار، تسعى هذه الدراسة الاستكشافية إلى فهم مظاهر، ودوافع وأثار ارتياد النساء للمراكز التجارية بمدينة الأغواط، من خلال تحليل سلوكيات عينة من النساء، والوقوف على العوامل الاجتماعية والنفسية التي تدفعهن إلى التواجد في هذه الفضاءات. كما تهدف إلى رصد الأثر الذي يحدثه ارتياد هذه الفضاءات على الحياة اليومية للنساء، سواء من حيث العلاقات الاجتماعية أو من حيث الجوانب النفسية المرتبطة بالترويح وتخفيف الضغوط.

وتكتسي هذه الدراسة أهميتها من كونها تسلط الضوء على واحدة من الظواهر الحضرية المتنامية في المجتمع الجزائري، وهي تزايد حضور النساء في الفضاءات العمومية الحديثة، مما يعكس تحولًا في الأدوار الاجتماعية وفي العلاقة بين المرأة والمدينة.

تم تقسيم المذكرة الى فصول نوردتها فيما يلي:

- الفصل الأول: طرحنا ضمنه إشكالية البحث والتساؤلات، أسباب اختيار الموضوع، الأهداف والاهمية، وتحديد المفاهيم وصعوبات البحث.

- الفصل الثاني: خصصناه لعرض الدراسات السابقة، تقييمها وعرض أوجه التشابه والاختلاف.

- الفصل الثالث: عرضنا فيه مجالات البحث المكانين البشري والزمني، المنهج المستخدم واداة جمع المعلومات، والمعينة، وخصائص عينة البحث.

- الفصل الرابع: عرضنا فيه تحليل وتفسير البيانات وعرض الجداول الإحصائية والقراءة الإحصائية النتائج العامة، الاستنتاج العام، والتوصيات والمقترحات.

- خاتمة، قائمة المراجع، الملاحق.

الفصل الأول

بناء الموضوع

أولاً: الإشكالية:

إن المدينة فضاء متميز هندسيا واقتصاديا واجتماعيا وثقافيا، والإنسان هو الذي يشغل هذا الفضاء بكل تجلياته وتناقضاته. والاهتمام بتوفير الجوانب المادية للحياة في المدينة كما هو شائع غالبا ما يكون على حساب العناية بالحاجات الإنسانية غير المادية التي كثيرا ما تكون سبب في ظهور مشاكل اجتماعية تعطل من عملية التنمية.

تواجد المرأة الجزائرية في قطاعات العمل المختلفة، سنلاحظ عند تتبع القراءات الكميّة انخفاض نسبة تواجدها في مختلف القطاعات وهذه المشكلة لا تعاني منها الجزائر فقط فهي تتقاسم هذا الوضع مع مختلف مجتمعات الانتماء الثقافي والاجتماعي الواحد، هذه المشكلة توضح من خلال انخفاض نسبة مساهمة المرأة في حجم القوى العاملة بشكل عام سواء القطاع الحكومي أو الخاص هنالك مشكلة أخرى ترتبط بضآلة حجم القوى العاملة النسائية وهو انحصارها في قطاعات معينة وخاصة التربوية والإدارية وهو ما يزيد من تعقد تلك الإشكالية كون أن عملية توسيع حجم اليد العاملة النسائية يتطلب توسيع تواجد المرأة خاصة في القطاعات التي لا يوجد لها فيها حضور كبير وهنا قد تكمن إحدى أهم نقاط المشكلة و هي قطاعات العمل المرغوبة بالنسبة للمرأة فتواجدها في قطاعات معينة فقد يعكس رغبة نابغة من ذات المرأة و قيم المجتمع في تحديد مجالات عمل هي في الأساس إعادة إنتاج الدور التقليدي للمرأة و المتمثل في دور الأم و المرية و قد تكون هذه التوجهات تمثل انعكاس للواقع الاجتماعي الذي يعيشه المجتمع الجزائري¹

وبما أن المرأة عامل مهم من عوامل التنمية أضحت معالم التوجه الرسمي والقانوني في الجزائر يؤكد على ضرورة ولوج النساء الجزائريات في الاقتصاد الحديث وهو اقتصاد الأعمال والمقاولة، وكذا تشجيع المرأة على إنشاء مؤسسات خاصة للمساهمة في تفعيل الاقتصاد الوطني وذلك "بالاعتماد على ما أقرت به مختلف المواثيق الدولية المتعلقة بالحقوق المدنية والسياسية وحقوق المرأة" حيث اعتمدت الجزائر على العديد منها كالإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1498، حيث تمت الموافقة في 1996/01/22 على اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة".

وبتنوع الفضاءات داخل الوسط الحضري، أبدى الكثير من الباحثين اهتمامهم بدراسته لكون الفضاء العام مكانا لتبادل الخبرات والممارسات والثقافات المختلفة بين افراد المجتمع، يصبح موضوع المرأة أكثر إثارة لما شهدته الفترة من ظهور موجة عارمة من المشاركة النسوية في شتى المجالات، أصبح لزاما أن يسهم في العملية التنموية.²

¹ - سعداوي الزهرة، الأفاق المستقبلية لعمل المرأة في المجتمع الجزائري دراسة ميدانية بولاية سيدي بلعباس حول الإتجاهات المهنية المستقبلية للطلبة الجامعية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع لسنة الجامعة 2010.2011

² -رشاد أحمد عبد اللطيف، تنمية المجتمع المحلي، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، ط1، ص19.

والمدن في الجنوب لها خصوصيتها وتاريخها وثقافتها، فالعمران بها يخضع لعوامل الطبيعة الصحراوية، سواء في التوزيع والتجهيز والبناء إذ نجد القصر نواة المدينة الصحراوية، لكن أصبحت هذه الأقاليم مفتوحة على جميع التغيرات ومستقرة لمختلف الخلفيات الاجتماعية والثقافية وأصبحت مجالاً لظهور أشكال عمرانية لا تختلف عن تلك الموجودة في الشمال خاصة بما يتعلق بمشاريع البناء الجماعي التي لا تجد في الغالب تقبلاً اجتماعياً وثقافياً من السكان.

هذه الوضعية التي تجعل الكثير من البرامج التنموية الحضرية تحول دون تحقيق مجتمع صحراوي حضري فهي تصطدم بالكثير من المعطيات الطبيعية والبيئية والثقافية بهذه المجتمعات وفي هذا الصدد تندرج إشكالية الدراسة ممثلة في التساؤل التالي:

ما هو واقع ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية) بمدينة الأغواط؟

وقد اندرج تحت هذا التساؤل عدداً من التساؤلات الفرعية نوردتها فيما يلي:

ثانياً: التساؤلات الفرعية:

✓ ما هي مظاهر وتجليات ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية) بمدينة الأغواط؟

✓ ما هي أسباب ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية) بمدينة الأغواط؟

✓ ما هي الغايات من وراء ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية) بمدينة الأغواط؟

✓ ما هي آثار ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية) بمدينة الأغواط؟

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع:

وراء كل ظاهرة أو دراسة محركات وأسباب ودوافع تؤدي إلى اختيار الموضوع وتبعث حب البحث

فيه كلما كثرت الأسباب والدوافع زادت الرغبة في البحث والأسباب نوعان.

1- الأسباب الذاتية:

✓ حداثة الموضوع وارتباطه الوثيق بتخصص علم الاجتماع الحضري.

✓ من أجل تحصيل الدرجة العلمية والحصول على شهادة الماستر في علم الاجتماع الحضري.

✓ استكمال البحث حول الفضاءات العمومية الذي قمنا به في طور ليسانس علم الاجتماع الحضري.

✓ الاهتمام والميول بمواضيع المتعلقة بالمرأة لا سيما المرأة الصحراوية التي أثارت فضولنا في علاقتها

مع المحيط العائلي والاجتماعي، وكيفية فرض ذاتها في هذا المحيط الاجتماعي والمكانة التي أصبحت

تتميز بها داخل المجتمع.

• بما أن نوع دراستنا يدخل ضمن البحوث الاستكشافية فإننا إكتفينا بالتساؤل الرئيس والتساؤلات الفرعية والأهداف في تحديد مسار البحث.

2- الأسباب الموضوعية:

- ✓ التغيير الاجتماعي والثقافي الحاصل في المدن الحضرية الصحراوية وشبه الصحراوية.
- ✓ التغيير الحاصل في فكر، ذهنية وثقافة النساء في المجتمع الحضري.
- ✓ ظهور وتشكل فضاءات عمومية يستخدمها كلى الجنسين وبخاصة فضاءات خاصة بالنساء.
- ✓ ظهور ثقافة جديدة وهي ثقافة التسوق للنساء والجلوس في المقاهي النسائية، وأماكن التسلية والترفيه.

رابعاً: الأهمية والاهداف:

1- أهمية الدراسة:

- ✓ يكتسي بحثنا العلمي أهمية بالغة سواء في القيمة العلمية أو العملية وذلك ما يخوله لأن يكون مجالاً للدراسة والتحليل والتفسير. أو الاستفادة من نتائجه من قبل مسيري المراكز التجارية.
- ✓ وضع المرأة والفضاء العمومي الاجتماعي في مدينة الحضرية الصحراوية يعد من المواضيع الهامة سواء في الجانب الاجتماعي أو الثقافي..

2- أهداف الدراسة:

- ✓ التعرف عن مظاهر وتجليات ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية) بمدينة الأغواط.
- ✓ التعرف عن أسباب ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية) بمدينة الأغواط.
- ✓ التعرف عن الغايات من وراء ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية) بمدينة الأغواط.
- ✓ التعرف عن آثار ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية) بمدينة الأغواط.

خامساً: المفاهيم الأساسية:

1- المرأة:

- التعريف اللغوي:

مشتقة من فعل " مرأ" ومصدرها المروءة، وتعني كمال الرجولة والإنسانية، ومن هنا كان المرء هو الإنسان، والمرأة هي مؤنث الإنسان، فالفكر العربي الذي أبدع اللغة العربية لم يميز بين شقي الإنسانية، إلا في الصفات التشريحية التي فرقت إحداهما عن الآخر لتتابع الخلق، بل إن هذا الفكر نفسه أنت كلمة رجل فأطلق على المرأة اسم «رجلة»¹.

- التعريف الاصطلاحي:

إن المرأة هي ذلك النوع الثاني للجنس الإنساني، وهي تشترك مع الرجل في خصائص مشتركة بينهما، فهما يكملان بعضهما البعض، فالمرأة هي نصف المجتمع فهي الزوجة والأم والبنت والصديقة².

- التعريف الإجرائي:

نقصد بالمرأة هي نوع من الجنس البشري، تختص بخصائص معينة من الناحية البيولوجية، ونقتصر نحن في دراستنا على المرأة الصحراوية بحكم الثقافة التي تنبناها، والقيم والأعراف والعادات والممارسات التي تحكمها وتسير وفقها.

2- الفضاء العام:

- التعريف اللغوي:

يشير المعنى اللغوي الذي يقابل كلمة «Espace» هي كلمة مجال³.

- التعريف الاصطلاحي:

عرفه هابرماس على انه الحيز الذي يخص النقاش العام، فهو المجال الاجتماعي الضروري لتبلور مسارات الديمقراطية التداولية⁴.

يرى جون مارك فيري أن الفضاء العمومي يعد بمثابة منصة ديناميكية لإشهار الأفكار والآراء والأطروحات والأحداث الاجتماعية وآليات تمثلها⁵.

- التعريف الاجرائي:

نقصد بالفضاء العام بأنه الحيز أو المكان الذي يتواجد فيه مجموعة من الأشخاص يستفيدون من عقلا نيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل.

1 - حسن عبد الحميد أحمد رشوان، علم اجتماع المرأة، المكتب الجامعي الحديث، 1998، ص 312.

2 - حسن عبد الحميد أحمد رشوان، نفس المرجع السابق، ص 313.

3 - ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، لبنان، مجلد 14، 2003، ص 1140.

4 - بلقاسم أمين بن عمرة : دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات المعرفية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي (أطروحة دكتوراة علوم الاعلام والاتصال)، جامعة عبد الحميد بن باديس ، كلية العلوم الاجتماعية ، 2017/2018 ، ص 72.

5 - بلقاسم أمين بن عمرة، لمرجع نفسه، ص 81.

الفضاء العام مفهوم متعدد الأبعاد يستخدم في العلوم الاجتماعية، خاصة علم الاجتماع والجغرافيا البشرية، للإشارة إلى الطرق المعقدة التي يتم بها تنظيم الحياة الاجتماعية وتوزيع الأفراد والجماعات في المكان. إنه ليس مجرد مساحة جغرافية أو فيزيائية، بل هو إنتاج اجتماعي.

3- المدينة:

- التعريف الاصطلاحي:

عرفها عاطف غيث: بأنها لمكان الذي يعمل أغلب سكانه في مهن غير زراعية، وما يجعل المدينة شيئاً محددًا، وذلك التكامل الوظيفي لعناصرها المختلفة على هيئة وحدة كلية¹ يعرف لويس ويرث المدينة على أنها عبارة عن موقع دائم للإقامة، تتميز بكبير الحجم وارتفاع الكثافة السكانية، يسكنها أفراد غير متجانسين اجتماعياً².

المدينة تمثل إطاراً بشرياً ومادياً وعمرانياً وإطاراً تنظيمياً واجتماعياً، ويتشكل من خلال التساند بين هذه الأطر نسيج حضري يساهم ويؤثر في تشكل نوعية الحياة بالمدينة³.

- التعريف الاجرائي:

نقصد بالمدينة على أنها عبارة عن وحدة جغرافية يعمل سكانها على التجارة وخدمات الانتاج الكبيرة وتختلط فيها الاجناس والثقافات.

4- المجال الحضري:

- التعريف الاصطلاحي:

يعرف المجال الحضري على انه هو المحيط العملي الذي يختلف من شخص لآخر، ويشمل على العناصر الوسط الذي يؤثر على سلوكيات الافراد وتصرفاتهم⁴. كما يعرفه مصطفى الخشاب على انه وحدة اجتماعية حضرية محدودة المساحة والنطاق مقسمة إدارياً، ويقوم نشاطها على الصناعة والتجارة وبالتالي تعتبر هذه المساحات والمنشآت الحيز المستعمل من قبل الافراد⁵.

- التعريف الاجرائي:

نقصد بالمجال الحضري بأنه عبارة عن مناطق حضرية تضم مباني السكن والاعمال التجارية والصناعة والمرافق الاجتماعية والثقافية.

¹- نبيل ابو دية: من النهضة إلى الحداثة تاريخ المعارة الاوروبية ونظرياتها، الجامعة الأردنية، الاردن، 2001، ص 202.

²- السيد، الحسني، دراسة في علم الاجتماع الحضري، ط2، دار المعارف، الاردن، 1981، ص 27.

³- أحمد النكلاري، النظرية في تخطيط المدن في: دراسات مصرية في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، جامعة القاهرة، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، 2002، ص 126.

⁴ ابراهيم مذكور: المجمع العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية الماعة للكتاب، مصر، 1975، ص 103.

⁵ ابراهيم مذكور، مرجع سابق، ص 104.

5- المجتمع الصحراوي:

- التعريف اللغوي:

هو كلمة مشتقة من الفعل " جمع " أي اجتماع الناس على شكل جماعة¹

- التعريف الاصطلاحي:

المجتمع الحضري الصحراوي هو تواصل بين الخصائص الريفية والحضرية فمن أن هذا المجتمع رغم ما حققه من انجازات تنموية تنطبق عليه خصائص مميزة، فهو مجتمع بسيط التركيب يتألف من جماعة اجتماعية ترتبط بروابط القرابة والجوار والدم ويشتركون في مصالح مشتركة ويخضعون لمعايير وقيم معينة.²

البيئة الصحراوية هي مناخ وإقليم يفرض شروطه على المدينة الصحراوية، وتشمل هذه البيئة السكان الذين يقطنون الرمال والبادية ويمتاز أهلها بالشجاعة والإقدام. ويعتمد أهل البيئة الصحراوية والبدوية في معيشتهم على رعي الإبل وتربيتها.

- التعريف الاجرائي:

نقصد بالمجتمع الصحراوي مجموعة من الأفراد يقطنون في بيئة صحراوية هو مجتمع متكيف مرن، وغالبًا ما يتميز بروابط اجتماعية قوية وقيم تقليدية عميقة الجذور، حتى في سياق التحضر فهم هذه الخصائص ضروري لفهم الديناميكيات الاجتماعية والثقافية في المدن مثل مدينة الأغواط.

سادساً: صعوبات البحث:

اعترضتنا بعضاً من الصعوبات والعراقيل نوردتها فيما يلي:

✓ صعوبة جمع الدراسات السابقة للموضوع.

✓ صعوبة انتظار ردود المبحوثات وعدم تجاوب بعضهن مع تعبئة الاستبيان.

¹ ابن منظور، مرجع سابق، ص 224

² حسين عبد الحميد احمد رشوان: علم الاجتماع الريفي المكتب العربي الحديث 2003 ص 72

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسة الأولى:

المرأة والفضاء العمومي: تجربة نادلات المقاهي.¹

تتطرق الباحثة سناء بنبلي في أطروحتها إلى موضوع تأنيث نشاط خدمة الطاولات داخل مقاهي الأحياء "الشعبية" بالدار البيضاء أو ما يعرف "بقهوة الدرب"، التي تعتبر مقاهي ذكورية بامتياز ترفض تواجد النساء سواء كزبونات أو كعاملات. يحاول البحث تحليل أسس سيرورة تأنيث هذا النشاط السوسيو اقتصادي، ورصد الأسباب التي أدت ببعض النساء إلى اقتحام هذا المجال، بالإضافة إلى معاينة الممارسة اليومية للنادلات داخل فضاء معتاد ومعدّد لاستقبال الرجال مما يفرض عليهن استعمال مختلف تقنيات التفاوض لكسب مكان لهن. وتخلص الأطروحة إلى إبراز أشكال المؤانسة الاجتماعية الجديدة التي تطورها النساء للتححرر من مجموعة من القيود الاجتماعية وكذا دور نادلات المقاهي في تغيير التمثلات الاجتماعية حول تواجد النساء في الفضاء العام.

تتكون الأطروحة من ستة فصول مقسمة إلى ثلاثة أجزاء. في الجزء الأول، وقبل وصف الوظائف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمقاهي كفضاءات عامة ومكانها في اقتصاد الدار البيضاء ونسيجها الحضري، يتم الرجوع إلى تاريخ القهوة والمقاهي في مختلف البلدان بما في ذلك المغرب، حيث أن انتشار هذا المشروب لم يتحقق دون مقاومة من رجال الدين مسلمين ومسيحيين، أطباء وقادة إلى درجة أنه كان يعتبر فعلاً محرماً أو لا وطنياً أو على الأقل غير مجتمعي، مما يوضح أسباب تقديم القهوة خارج الفضاء المنزلي الأسري في أماكن مخصصة للرجال. كما أن هذه النبذة التاريخية توضح جلياً أن عملية تحضير وتقديم وحتى استهلاك القهوة لطالما ارتبطت بالرجال دون النساء، مما يجعلنا اليوم أمام ظاهرة تأنيث فعلي لنشاط نادلات المقاهي.

وفي نفس الجزء، يتم الوقوف أيضاً على مجموعة من العادات والتمثلات المجتمعية التي تعوق ولوج النساء إلى الفضاء العام، وخاصة إلى فضاء المقاهي، بشكل يوضح كيف أن تأنيث نشاط خدمة الطاولات وظهور النادلة كشخصية فاعلة داخل المقاهي الأحادية الجنس المتواجدة في الأحياء الشعبية والأحياء الهامشية لمدينة الجار البيضاء، يمكن أن يكون بالفعل مؤشراً ذا صلة بالتغير الاجتماعي. وبشكل أكثر تحديداً، يتم في إطار البحث عن مكان للتعايش بين الرجال والنساء في الفضاء العام.

يشكل هذا الجزء محاولة لفهم طبيعة خدمة الطاولات داخل المقاهي انطلاقاً من سوسيولوجيا علاقات العمل، باعتباره يدخل في علاقة تراتبية ثلاثية تضع النادللات بين المشغل والزبون في وضعية تجبرهن على الخضوع للثنتين من أجل الحفاظ على عملهن. كما أن تواجد المقاهي موضوع البحث بـ "الأحياء الشعبية"، وكون جل زبائنها اعتياديين أو من ساكنة الحي، يفرض على النادللات تقديم خدمة

¹-Sana Benbelli, *Les nouvelles formes de sociabilité féminine à Casablanca : cas des serveuses de cafés*, thèse de doctorat en Sciences Sociales, sous la direction de Hayat Zirari. Faculté des Lettres et des Sciences Humaines Aïn Chock- Université Hassan II de Casablanca, 2018-2019.

شخصية تقوم على العلاقة المباشرة مع الزبون، بدل الخدمة الموحدة التي تقدم في المقاهي الكبرى أو التابعة للعلامات العالمية.

وتم تخصيص الجزء الثاني من الأطروحة لعرض المنهجية التي تعتبر جزءاً مهماً من هذا العمل العلمي الذي اعتمد أساساً المنهجية الاثنوغرافية التي تقوم على المعاينة النظرية عن قرب، وما فرضته من تحديات أهمها صعوبة الغوص في الميدان بالنسبة للمرأة الباحثة داخل فضاء ذكوري، وهو ما يطرح مسألة النوع بالنسبة للباحث الذي يتحول في وقت وجيز من مراقب إلى مراقب. كما يوفر هذا الجزء للقارئ معلومات عن طرق واستراتيجيات الوصول إلى ميدان البحث التي تم تبنيها للانصهار في عالم النادلات ومراقبة حياتهن اليومية سواء في أماكن عملهن، وعبورهن (صالونات الحلاقة) وحتى إقامتهن.

كما شكل هذا الجزء فرصة للوقوف على تجربة البحث الميداني، مع القيام بنقد عكسي لدور الباحث في الميدان والتزامه تجاه مواضيع بحثه بصفته وسيطاً علمياً تمر عبره المعارف، حيث أن دوره لا يقتصر فقط على جمع البيانات والمعلومات الميدانية وتحليلها بواسطة الأدوات العلمية وكذا مقاربتها بالنظريات السوسيوانثروبولوجية، بل هو مطالب أيضاً بالرجوع إلى الميدان لتعميم وتقاسم نتائج البحث مع الأشخاص الذين ساهموا في إنتاجه، وهو ما يثير إشكالية قدرة عدد من الباحثين على تبسيط المصطلحات والمفاهيم العلمية.

ويطرح الجزء الثالث من الأطروحة سؤال العلاقة بين التغيير الاجتماعي وتأسيس نشاط خدمة الطايلات أو تقديم المشروبات داخل مقاهي "الأحياء الشعبية"، حيث أن ظهور نادلات المقاهي هو في الواقع نتيجة لتلاشي الروابط الأسرية. فالتغيرات الاجتماعية العالمية أثرت سلباً على علاقات البنوة والأخوة والزوجية والتضامن العائلي التقليدي، والتي لطالما وفرت للنساء الحماية داخل البنية الأسرية أو الزوجية. فقرار العمل داخل المقاهي لا يمكن اعتباره خياراً طوعياً، بقدر ما هو نوع من استراتيجيات البقاء بالنسبة لنساء شابات عشن قطيعة مع روابطهن التقليدية القوية. وبالإضافة إلى ذلك، فإن فضاء المقهى يوفر لهؤلاء النساء مكاناً اجتماعياً ثانوياً يسمح لهن، من جهة، بتطوير شخصيتهن الاجتماعية، ومن جهة أخرى بتشكيل نوع من التماسك المهني من خلال تطوير بعض الممارسات المالية المتبادلة كنظام "القرعة" أو ما يسمى كذلك بـ "دارت" كنوع من أنواع التواصل النسائي والتضامن تسمح لهن بالتغلب على ضعف الروابط الاجتماعية التقليدية وتحمل ظروف العمل.

في هذا الجزء يظهر أيضاً أن العلاقات بين النادلات والزبائن الرجال يمكن أن تتجاوز علاقة الخدمة الميكانيكية وتتطور إلى تبادل رمزي للهدايا والهبات التي تؤسس لعلاقات الصداقة والتضامن. ومن ثم فإن مقهى "الحي الشعبي" مع أنه مكان ذكوري فهو يشجع على تمكين النساء بما يسمح لهن بإعادة تقييم مكانتهن داخل الأسرة ومن ثم التفاوض حولها، لكن هذه المرة كفاعلات ومساهمات

في المستوى الاقتصادي، كما يسمح لمن بتكوين شبكات اجتماعية شخصية مستقلة بعيدا عن شبكة العائلة.

وأخيرا تقوم الأطروحة بتصنيف فئات مختلفة من شخصية النادلة "السيرفورة، السرباية أو الكارصونة"، محاولة بذلك تسليط الضوء على تعددية الشخصيات والمسارات لهؤلاء النسوة اللواتي يميل تبنيهم لمظهر متشابه إلى إدراجهن في إطار موحد. حيث أن الباب المخصص لدراسة مظهر النادللات يبين أن تزيين الوجه والاستعمال المفرط أحيانا لمساحيق التجميل ("المكياج") هو بمثابة قناع اجتماعي تضعه النادللات لحماية أنفسهن وخلق شخصية اجتماعية جديدة داخل المقهى أو "شخصية من أجل الآخر" تختفي بعد انتهاء عمل النادلة وخروجها من المقهى. هذا لا ينفي كون التجارب التي تتم مراكمتها والعلاقات التي تبنيها النادللات داخل مقاهي "الأحياء الشعبية" تمكنها من ترميم أو إعادة بناء العلاقات التقليدية ووضع استراتيجيات من أجل المستقبل.

تعتبر الأطروحة محاولة لاقتحام ميدان قلماً تم استثماره من طرف الباحثين في المغرب باستعمال منهجية كيفية اثنوغرافية من أجل دراسة ولوج النساء لفضاء (مقهى العي الشعبي) ونشاط مهني (نادلات مقهى العي الشعبي) ظلاً إلى وقت قريب حكراً على الرجال، وذلك بهدف رصد سيرورة التأنيث من خلال معاينة التفاعلات والعلاقات بين الفاعلين على المستوى الميكروسوسيولوجي، ومدى تأثيرها على تواجد النساء في الفضاء العام بشكل أوسع.

- التقييم:

1- أوجه التشابه:

- الموضوع المركزي:

كلا الدراستين تتناولان موضوع وجود المرأة في الفضاء العمومي، مع التركيز على كيفية تعامل النساء مع هذا الفضاء، والعوائق الاجتماعية والثقافية التي يواجهنها.

- المنظور السوسيولوجي:

اعتمدت كلتا الدراستين التحليل السوسيولوجي لفهم الظاهرة، سواء من منظور العمل والاندماج الاجتماعي أو من منظور الاستهلاك والترفيه، مما يعكس اهتماماً بالسياقات الاجتماعية المحيطة بالمرأة.

- التركيز على التغيير الاجتماعي:

كل من الدراستين توصلت إلى أن تواجد المرأة في الفضاء العمومي يُعد مؤشراً على تحولات اجتماعية أعمق في بنية الأسرة والمجتمع، كما يُظهر انخراط المرأة في أدوار جديدة كانت إلى وقت قريب حكراً على الرجال.

- البعد الثقافي والرمزي:

تعكس الدراسات أن للفضاء العمومي دلالات ثقافية ونفسية تتجاوز الدور الوظيفي المباشر (كالتسوق أو تقديم الخدمة)، فالمراكز التجارية والمقاهي في كلتا الحالتين تمثلان أيضاً مساحات لإعادة إنتاج الهويات النسائية.

- الاعتماد على البحث الميداني:

كلا الدراستين اشتغلتا على تجارب نسائية واقعية في الميدان، مما أعطى مصداقية ومعطيات نوعية وكمية لنتائج الدراسة.

2- أوجه الاختلاف:

- طبيعة الفضاء المدروس:

تناولت دراستنا فضاءات تجارية حديثة (المراكز التجارية) يُنظر إليها على أنها فضاءات حضرية منظمة وأمنة نسبياً.

تناولت هذه الدراسة مقاهي الأحياء الشعبية التي تعد فضاءات ذكورية تقليدية، يهيمن عليها الرجال وتُقاوم فيها مشاركة المرأة.

- المنهجية المعتمدة:

اعتمدت دراستنا منهجاً وصفيّاً كمياً قائماً على الاستبيان والملاحظة العلمية المنظمة. بينما اعتمدت الدراسة الثانية منهجاً كيفياً إثنوغرافياً يقوم على المعيشة والملاحظة بالمشاركة والانصهار في الميدان.

- موقع الباحثة في الدراسة:

في دراستنا الباحثان كنّ في موقع "الملاحظات من الداخل" بحكم كونهما من مرتادات الفضاء المدروس.

أما في الدراسة الثانية، فإن الباحثة واجهت تحديات كبيرة لكونها امرأة تدخل فضاءً ذكورياً بحثاً ومراقبة، مما جعلها تنتقل من موقع المراقبة إلى المراقبة.

- الظاهرة المدروسة:

ركزت دراستنا على استخدام النساء للفضاء العمومي لأغراض استهلاكية وترفيهية. أما الدراسة الثانية فتناولت النساء العاملات داخل الفضاء العمومي، أي المقهى، ما جعلها تسبر أغوار العلاقات المهنية والاجتماعية والهوياتية المعقدة.

ثانياً: الدراسة الثانية:

النوع الاجتماعي وتقسيم الفضاء العام. دراسة بمدينة تيارت.¹

وهي دراسة قامت بها الباحثة آمال صبرين قداري تحت عنوان النوع الاجتماعي وتقسيم الفضاء العام من اجل التعرف على واقع الفضاء العام بالإضافة الى توضيح النوع الاجتماعي المهيمن على الفضاء العام. انطلقت الباحثة من تساؤل عام مؤداه ما علاقة النوع الاجتماعي بتقسيم الفضاء العام بمدينة تيارت؟

- التساؤلات الفرعية:

ما انعكاسات الوظائف الاجتماعية والثقافية للنوع الاجتماعي على تقسيم الفضاء العام بمدينة تيارت؟

ما هي ممارسات النوع الاجتماعي في الفضاء العام بمدينة تيارت؟

- الفرضية العامة:

يتم تقسيم الفضاء العام بمدينة تيارت حسب النوع الاجتماعي.

- الفرضية الفرعية الأولى:

تنعكس الوظائف الاجتماعية والثقافية للنوع الاجتماعي على تقسيم الفضاء العام.

- الفرضية الفرعية الثانية:

تختلف الممارسات في الفضاء العام حسب النوع الاجتماعي.

اعتمدت الباحثة في جمع المعلومات على المنهج الوصفي في الدراسة، والاعتماد على أداة الاستمارة موجهة لـ 80 مفردة مقسمة بالتساوي بين الجنسين الذكور والاناث.

خلصت الباحثة الى عدد من النتائج نوردها فيما يلي:

- من بين أهم الأماكن الأكثر تردداً من طرف الاناث هي الأماكن الأكثر ترفهاً وذلك بنسبة 36.5 بالإضافة إلى محلات التسوق بنسبة 36.5.
- سبب الذهاب إلى المساحات الخضراء هو الترفيه والاستجمام بنسبة 33.3، بالإضافة إلى الاجتماع مع الأصدقاء بنسبة 25.9.
- وجود أماكن ممارسة الرياضة ذلك من خلال توفر أماكن خاصة وذلك بنسبة 55,9.
- الأماكن التي يتم تفضيلها للتنزه من طرف النساء هي الحدائق العامة بنسبة 52,1. بالإضافة إلى الحدائق الخاصة وذلك بنسبة 30.1.
- الأماكن التي يتم التسوق حسب نوعية الأماكن هي محلات خاصة وذلك بنسبة 37,4 بالإضافة إلى الأسواق الجوارية وذلك بنسبة 25,2.

¹- آمال صبرينة قداري. النوع الاجتماعي وتقسيم الفضاء العام. دراسة بمدينة تيارت، مذكرة ماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة تيارت، السنة الجامعية 2022. 2023.

- غالبية الفضاءات ومعارض البيع التي يتم التردد عليها هي محلات الملابس بنسبة 29.8. بالإضافة الى محلات للأواني والأفرشة.
- الأماكن الأكثر ترددا من طرف الإناث هي أماكن الترفيه.
- هناك اختلاف واضح بين المبحوثين في اختيار الأماكن المناسبة لهم وهذا راجع لاختلاف ذهنياتهم وحاجاتهم وحسب أوقات فراغهم مهم وهذا ما انعكس على التقسيم الحالي للفضاء حيث أنه لا يعود فقط للجانب الهندسي للمدينة بل يتطلب احترام الكيان الاجتماعي والمحافظة على النسق القيمي للمجتمع الذي بدوره له قيمة معنوية ولا بد احترام المبادئ الاجتماعية. فبرغم من الثقافة الجديدة المتبناة من طرف المجتمع فتحت المرأة المجال للولوج لمختلف الميادين داخل الفضاء. الا ان هناك من الجنسين من يحافظ على القيم التي تؤطر سلوكياتهم وعليه يتضح أن المجتمع التياراتي مجتمع محافظ بمختلف الشرائح العمرية رغم كل التدخلات الخارجية وعليه ترى الباحثة ان الفضاء يحتاج الى تنظيم فكري، ثقافي وقيمي. أكثر وهذا ما تكون عليه الخلفية الاجتماعية التي تنعكس على تقسيمه.
- هناك علاقة بين الجنس والأماكن التي يتم التردد عليها كالحدايق العامة وقاعات الرياضة والمتنزهات.
- هناك علاقة بين الجنس وأوقات التردد على الأماكن المذكورة في مختلف الفترات إلا أنه ليس هناك فترة محددة لهذه الزيارة.
- لا يوجد تقسيم واضح للفضاء بين الرجال والنساء وذلك بنسبة 73.7.
- عدم تواجد النساء في الأماكن الخاصة ببناء على إجابات المبحوثين وذلك بنسبة 66.9.
- هناك تفضيلات في وجود فضاءات خاصة بكل جنس بناء على إجابات المبحوثين بنسبة 86.3.
- هناك خصوصيات خاصة بكل جنس مما دفعتهم إلى الاختيار إلى وجود فضاءات خاصة بكل جنس.
- يعتبر تواجد المرأة في الأماكن الخاصة بالرجل أمراً عادياً وذلك بنسبة 66.3.
- اتضح ان التشارك في الفضاءات امر غير مرغوب به من كلا الطرفين نظرا للخصوصيات التي يتمتع بها كل نوع اجتماعي. بحيث يريد كل منهما ان يحظى بحقه داخل الفضاء لان كل منهما له طبيعة نشاطه و ممارساته المختلفة التي تفرض عليه تقسيمها داخل الفضاء. وهذا راجع للنشاط الممارس والبناء الاجتماعي للفرد.

- التقييم:

- أوجه التشابه:

- المنهج المعتمد :

اعتمدت كلتا الدراستين على المنهج الوصفي كمنهج رئيسي في تناول الظاهرة نظرًا لطبيعته المناسبة في وصف وتحليل الظواهر الاجتماعية، وجمع البيانات من الميدان وتحليلها بهدف استخلاص العلاقات والتفسيرات.

- الاهتمام بالنوع الاجتماعي::

انطلقت الدراستان من رؤية جندرية واضحة، إذ ركزت كل منهما على العلاقة بين النوع الاجتماعي (الجندر) والفضاء العام، سواء من حيث الاستخدام أو من حيث التقسيم.

- الفضاء العام كموضوع مشترك:

تطرت كلتا الدراستين إلى تحليل كيفية ارتياد النساء للفضاء العمومي، وإن اختلفت زاوية التناول؛ فدراستنا ركزت على المراكز التجارية كفضاءات حضرية حديثة فيما تناولت الدراسة بمدينة تيارت على التقسيم الجندري للفضاء العام بشكل أوسع يشمل الحدائق أماكن الرياضة، التسوق وغيرها.

أداة الاستبيان: استخدمتا الاستبيان كأداة أساسية في جمع البيانات، وتم تنظيمه في محاور واضحة، وتوزيعه على عينة محددة، وهو ما سمح بالحصول على بيانات كمية وتحليلها إحصائيًا.

- أوجه الاختلاف:

- المجال المكاني:

تمركزت دراستنا في فضاء حضري مغلق يتمثل في المراكز التجارية (أميرة ومدينة مول) وهي فضاءات حديثة نسبيًا.

دراسة تيارت تناولت الفضاء العام بشكل مفتوح وشامل، بما فيه الحدائق، الأسواق، أماكن الترفيه والرياضة، مع تركيز على الطابع الجندري في ارتياد هذه الأماكن.

- العينة المستهدفة:

ركزت دراستنا فقط على النساء، أي أنها دراسة نسوية خالصة تسعى لفهم حضور المرأة في الفضاء العمومي.

أما دراسة تيارت شملت كلا الجنسين بالتساوي (ذكور وإناث)، مما أعطى نظرة مقارنة بين ممارسات كل جنس في الفضاء العام.

- الزاوية التحليلية:

ركزت دراستنا على تحليل البعد النفسي والاجتماعي لارتباط المرأة بالفضاء العمومي، مثل الراحة، الترفيه، الهروب من الضغط، ولم تعالج مسألة التقسيم الجندري بشكل مباشر.

أما دراسة تيارت تناولت موضوع تقسيم الفضاء على أساس النوع الاجتماعي كمحور رئيسي وخلصت إلى وجود تقسيم غير مرئي للفضاءات بناء على الاختلافات الجندرية، وإن لم يكن ذلك واضحًا هندسيًا أو قانونيًا.

- النتائج النهائية:

خلصت دراستنا إلى أن ارتفاع النساء للمراكز التجارية يُنظر إليه كفعل طبيعي، مرتبط بنمط حياة حديث، ويُعد وسيلة للترويج والتفاعل الاجتماعي داخل فضاء مهياً وآمن، دون تسجيل ممانعة مجتمعية كبيرة.

أما في الدراسة بمدينة تيارت، سُجّل بروز تصور محافظ للفضاء، حيث عبّر جزء كبير من المبحوثين عن رفضهم لفكرة التشارك التام في الفضاء، ورغبتهم في وجود فضاءات خاصة بكل جنس، مع إدراك واضح للفوارق الثقافية التي تؤطر هذا التقسيم.

ثالثاً: الدراسة الثالثة:

النوع الاجتماعي وتقسيم الفضاء العمومي في المدينة الجزائرية¹

وهي دراسة قام بها الباحث: خليفة محمد امين بمدينة باتنة الجزائرية عام 2022. في اطار التحضير لمذكرة التخرج في علم الاجتماع.

- تساؤل الدراسة:

✓ على اي اساس يتم تقسيم الفضاء العمومي بين الانواع الاجتماعية في الوسط الحضري؟

- فرضيات الدراسة:

✓ يتحدد استعمال الفضاء في الوسط الحضري حسب النوع الاجتماعي.

✓ يتحدد استعمال الفضاء العمومي في الوسط الحضري بحسب نشاط النوع الاجتماعي.

✓ يتحدد استعمال الفضاء العمومي في الوسط الحضري بحسب التنشئة الاجتماعية للنوع الاجتماعي.

- مجتمع بحث الدراسة: سكان ولاية باتنة.

- عينة الدراسة: حجمها: 30 مفردة. نوعها: العينة الغير عشوائية – قصدية.

- منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي.

- ادوات الدراسة: الملاحظة (العلمية والمقصود)، الاستمارة (اسئلة مفتوحة اختيارية)، المقابلة الحرة.

- نتائج الدراسة:

✓ عدم تقبل النوع الاجتماعي التشارك في نفس الفضاء العمومي نظرا بخصوصية التي يتمتع بها كل طرف.

✓ تلعب القيم الاجتماعية التي يتم توارثها عن طريق التنشئة الاجتماعية دورا بارزا ومهما في تشكل

الفضاء العمومي من ناحية الممارسات والنشاطات المختلفة من طرف النوع الاجتماعي في المدينة.

✓ - يتم تقسيم الفضاء العمومي في مدينة باتنة على أساس النوع الاجتماعي.

¹ - أمال صبرينة قداري. النوع الاجتماعي وتقسيم الفضاء العام. دراسة بمدينة تيارت، مذكرة ماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة تيارت، السنة الجامعية 2022 . 2023. ص 09.

- التقييم:

1- أوجه التشابه:

- من ناحية الموضوع:

من أبرز النقاط المشتركة بين الدراستين أنهما تندرجان في إطار علم الاجتماع الحضري وتتناولان إشكالية ارتياد الفضاء العمومي من زاوية النوع الاجتماعي، مركّزتين على دور المرأة في المدينة الجزائرية. كلا الدراستين تطرقتا إلى تأثير القيم الاجتماعية والتنشئة الثقافية في تشكيل علاقة النساء بالفضاء العمومي، سواء من حيث الحضور أو المشاركة أو نوع الأنشطة التي تمارس فيه.

- من الناحية المنهجية:

اتبعت كلتا الدراستين المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره الأنسب لتوصيف الظاهرة الاجتماعية وتفسير أبعادها. كما استُخدمت الملاحظة والاستمارة كأداتين أساسيتين لجمع البيانات، مما يعكس اعتمادًا مشتركًا على الملاحظة العلمية المقصودة وعلى أدوات تستند إلى تفاعل مباشر أو غير مباشر مع العينة.

من جهة أخرى، ركزت كل دراسة على فهم كيف تُبنى الفضاءات العمومية اجتماعيًا وثقافيًا إذ أن كليهما توصلت إلى أن الفضاء العمومي ليس مجالاً محايداً، بل يُعاد تشكيله وإنتاجه حسب النوع الاجتماعي والعوامل القيمية والاجتماعية.

2- أوجه الاختلاف:

رغم أوجه التشابه العديدة، هناك اختلافات واضحة تميز كل دراسة عن الأخرى، سواء من حيث السياق أو الأهداف أو الطرح النظري:

- المجال المكاني والسياق الحضري:

تميزت دراستنا بخصوصية المكان، حيث تم إنجازها في مدينة الأغواط ذات الطابع الصحراوي وهو ما أعطى للبحث خصوصية تتعلق بعلاقة المرأة بفضاءات تجارية مغلقة (مثل المراكز التجارية) ضمن بيئة مغلقة ومحافضة. في المقابل، تمت الدراسة الثانية في مدينة تيارت، وهي مدينة أكثر انفتاحًا حضريًا، ما جعل التركيز على تقاسم الفضاءات العامة بين الرجال والنساء في الفضاءات المفتوحة بالدرجة الأولى.

- زاوية المعالجة والهدف الرئيسي

انطلقت دراستنا من رغبة في فهم كيفية ارتياد النساء للفضاء العمومي وأسبابهن وأثار ذلك عليهن، أي من منظور الممارسة والاستخدام، بينما ركزت الدراسة الثانية على الأساس الذي يُقسّم عليه الفضاء العمومي بين الرجال والنساء، أي من منظور الصراع أو التمييز النوعي في الاستعمال والتواجد.

- تحليل النتائج:

خلصت دراستنا إلى أن المرأة، وخاصة صاحبة المستوى التعليمي المرتفع، تتجه نحو الفضاء العمومي لأغراض متعددة تتراوح بين الاستهلاك، الترفيه، التفاعل الاجتماعي والتنفيس النفسي ما يشير إلى نوع من الاستقلالية والقدرة على إعادة تشكيل علاقتها بالفضاء العام. أما الدراسة الثانية فركّزت على العوائق البنيوية والثقافية التي تجعل من تقاسم الفضاء العمومي بين الرجال والنساء أمراً صعباً بسبب استمرار الهيمنة الذكورية ونقل القيم التقليدية عبر التنشئة الاجتماعية.

- أدوات الدراسة وتنوعها:

رغم تقاطع الدراستين في استعمال الملاحظة والاستبيان، إلا أن دراستنا تميزت باستخدام استبيان منظم يحتوي على 20 سؤالاً موزعاً على أربعة محاور، في حين اعتمدت الدراسة الثانية على استمارة بأسئلة مفتوحة ومقابلات حرة، ما يوجي بمقاربة أكثر نوعية وذات طابع كيفي.

- المقاربة النظرية:

في دراستنا، لعبت الباحثتان دور الملاحظتين الداخليتين (insiders) أي باعتبارهما نساءً من نفس المجتمع المدروس، وهو ما منح البحث طابعاً تفهيمياً ومشاركاً، بينما لم تُذكر هذه الوضعية في الدراسة الثانية، ما قد يدل على مسافة أوسع بين الباحث ومجتمع البحث.

تكشف المقارنة بين الدراستين عن اهتمام متزايد في علم الاجتماع الجزائري بقضايا النوع الاجتماعي والفضاء العمومي، لكن مع اختلاف واضح في زاوية المعالجة: فدراستنا تسعى إلى فهم العلاقة المعقدة والديناميكية التي تربط المرأة بالفضاء العمومي كمجال اجتماعي واقتصادي ونفسي بينما تنطلق الدراسة الثانية من منظور بنيوي نقدي يُبرز استمرار الفصل النوعي في استخدام هذا الفضاء. وبالتالي، يمكن القول إن دراستنا تبرز التحولات في علاقة المرأة بالفضاء العمومي، في حين تسلط الدراسة الثانية الضوء على /المعيقات البنيوية والثقافية التي لا تزال تحول دون مشاركة متساوية بين الجنسين في هذا الفضاء. وعليه فكلا الطرحين يكمل الآخر: الأول يبرز الإمكانيات والتطورات، والثاني يسلط الضوء على التحديات البنيوية والثقافية، وهو ما يعكس الواقع المركب للمرأة الجزائرية بين التغيير والمقاومة المجتمعية.

رابعاً: الدراسة الرابعة:

المرأة الجزائرية بين الفضاء الأسري والفضاء العمومي، التحولات والنتائج¹.

وهي دراسة نظرية قام بها الباحث محمد بن شعبي. والذي رأى بأن هناك العديد من المواضيع الخاصة بعالم المرأة، التي لا تزال محل نقاش والتي انتقينا منها موضوع المرأة الجزائرية وانتقالها من الفضاء الأسري المحمي إلى العمومي اللامحمي. هذا الانتقال أو الاقتحام لم يكن وليد الصدفة أو مجرد فعل معبر عن التحرر وكسر قيود الهيمنة الذكورية اللامشروعة أحيانا، لكن هذا الانتقال جاء كتعبير عن ظروف عاشتها حتمت عليها الخروج إلى الفضاء العمومي، ومن الميكانيزمات التي ساعدتها في ذلك نذكر على سبيل المثال ولوجها عالم الشغل وطلب العلم في المعاهد والجامعات ومن ثم حصولها على شهادات عليا أهلتها لأن تكون فاعلة اجتماعية تساهم في بناء المجتمع المدني المتكوّن من مجموعة من المواطنين والمواطنات. لكن وكحقيقة اجتماعية، فإن حضور المرأة في الفضاء العمومي لم يُقدّم لها كمعطى جاهز. بل كان نتيجة نضال بدأ منذ ثمانينات القرن الماضي.

يرى الباحث بأن موضوع المرأة لا يزال من المواضيع الأكثر نقاشا وجدلا بين الباحثين من كلا الجنسين، وهذه دلالة على قيمة الموضوع، إذ يبدو في ظاهره سهل التناول والمعالجة لكن في حقيقة الأمر يحمل في باطنه الكثير من التعقيدات والصعوبات، خاصة إذا عولج من طرف امرأة وهذا في ظل عدم التمكن من وضع حدّ لتدفّق عنصر الذائبة لدى البعض منهم لكن تبقى مواضيع هامة لأنها تُعبّر عن واقع معيش يختلف من فئة إلى أخرى. كما ان موضوع المرأة من المواضيع المعقدة والشائكة، وهذا راجع لعدة أسباب، على رأسها التحولات الاجتماعية السريعة التي تعيشها بعض البلدان العربية والتي الجزائر عيّنة منها. حيث أصبحت تميل ميلا كبيرا إلى كلّ ما هو جديد وحداثي في نمط عيشها، قصد إعطاء صورة نمطية جديدة تتماشى ومتطلبات هذا العصر، عصر الموضة والرقمنة وسرعة الإنجاز هذه الصّور أو الأفعال تلاقي في بعض الأحيان الصّد والرفض وأحيانا أخرى تلاقي الترحاب والقبول. لأنّ الأمر يتعلّق ببعض المواضيع التي يصنّفها البعض في خانة الطابوهات أو المقدّسة والتي لا تُناقش إلا في حدود ضيقة، أو هي مواضيع تخدش الحياء، ومن مثل هذه المواضيع قضية التدخين، الفتوى، حرية التعبير من دون قيد، الموضة، الجسد، النوع، اقتحام الفضاء العمومي... هذه بعض المواضيع التي أصبحت تُطرح للنقاش ولكن بمقاربات وأفكار جديدة، على عكس ما وُجد في السّنوات الماضية. فمثلا لم يعد الفضاء العمومي حكرا على الرجال فقط. لكن يمكن القول بأنّه أصبح مختلطا نوعا ما، وهذا ما سلط عليه الباحث الضوء في دراسته.

من بين النّقاط التي أثارت اهتمامنا في موضوع المرأة الجزائرية هو حضورها في فضاءات اجتماعية أخرى غير الفضاء الأسري، بعضها ينتهي إلى ما يُعرف بالفضاء العمومي (السّاحات العمومية، الحدائق، الملاعب، المنتزهات، قاعات الشاي، الملاهي) هذه المسألة تمّت مناقشتها قديما

¹ - بن شعبي محمد. المرأة الجزائرية بين الفضاء الأسري و الفضاء العمومي، التحولات والنتائج. مجلة المواقف، المجلد 19، العدد 1

وحدثنا، وهذا مردّه إلى عاملين. الأول: هو أنّ الموضوع ذو علاقة وطيدة مع المجتمع ومن مميّزات هذا الأخير هو التحوّل والتغيّر، وبالتالي فتحّى الظواهر الاجتماعية خاضعة لهذا المبدأ. والثاني: بقيت مواضيع ذات علاقة بالمرأة مفتوحة للنقاش لهذا من الصّعب أن نجد إجابات للعديد من القضايا الخاصة بها، إجابات وحلول مُقنعة بما فيه الكفاية. من هذا المنطلق تبلورت إشكالية الباحث كالتالي: إلى أيّ مدى سجّلت المرأة الجزائرية حضورها في الفضاء العمومي؟ وما هي الميكانيزمات التي عزّزت ذلك؟

وبعد قيام الباحث ببحث نظري معتمداً فيه على الملاحظات الواقعية توصل الى نتيجة مفادها أنّ الفضاء العمومي الجزائري طرأت عليه العديد من التّغيرات من خلال تواجد المرأة فيه. حيث لم يعد كمكان يملكه ويستعمله عامّة النّاس فقط. بل أصبح عبارة عن نص مليء بالرموز والمعاني التي تحتاج إلى قراءة وتأويل كون المرأة أصبحت فاعلة اجتماعية فيه، فبعد حضور المرأة الجزائرية في كلّ قطاعات العمل والشّاقة منها أيضا على وجه التّحديد، كوظيفة مهندس في المقاولات أو التي تعمل في جهاز الأمن وغيرها التي كانت حكرًا على الرّجال فيما مضى. يمكن القول أنّه تُقبّل إلى حدّ ضعيف وجودها داخل الملاعب الرياضية لمناصرة الفرق الرياضية في محافلها الكبرى كتلك المباراة التي لُعبت في أم درمان بالسودان والتي سُميت بالملحمة وحسب بعض المناصرين الشّباب فالمرأة الجزائرية رسمت لوحة فنيّة جميلة بوجودها في الملعب. لكن وبعد مُضي سنوات المحافل الكروية والتّتويج بالكؤوس وجاء تاريخ 22 فيفري 2019 والذي يُمثّل نقطة تحوّل جدّ هامّة في تاريخ الجزائريين: بداية الحراك والذي أيضا كان حاضرا فيه المربع النّسوي بقوّة في كلّ يوم جمعة وثلاثاء من مختلف الأعمار والشرائح الاجتماعية دون تمييز. وأنهنّ من اكتفين بالمشاركة في هذا الحدث انطلاقا من الفضاء الأسري عن طريق مواقع التواصل الاجتماعية كالفيسبوك وتويتر ومبداهنّ فذلك أنّه لن تكون هناك ديمقراطية دون نساء، كما لن تكون هناك مساواة من دون ديمقراطية. بهذا الحدث أصبحت حلبة الفضاء العمومي حلقة وصل بين المواطن الجزائري ولسلطة الحاكمة و التي أيضا للمرأة فيها نصيب. أمّا عن يوميات المرأة من خلال حضورها بالفضاء العمومي فلم يعد هذا الأمر يُثير التعجّب أو الغرابة كما لم يعد يشكّل طابوها من الطابوهات، لتتكسر بذلك صورة الرّجل المهيمن ومالك لهذا الحيّز المكاني كونها صارت فاعلة اجتماعية داخله، وليست متفرّجة على الأحداث التي تدور فيه مطلع كلّ يوم جديد.

- التقييم:

1- أوجه التشابه:

- الموضوع المشترك:

كلا الدراستين تتناولان علاقة المرأة أو النوع الاجتماعي بالفضاء العمومي في سياق المجتمع الجزائري مع تركيز على الكيفية التي يُستخدم بها هذا الفضاء وأبعاده الاجتماعية والثقافية.

- المنهج المستخدم:

استخدم الباحثون في الدراستين المنهج الوصفي، مع توظيف أدوات بحثية متنوعة مثل الملاحظة والاستبيان الملاحظة في دراستنا، إضافة إلى المقابلة في الدراسة الثانية، مما يشير إلى رغبة كلا الدراستين في تحقيق فهم شامل للظاهرة.

- الاهتمام بالسياق الاجتماعي والثقافي:

كل من الدراستين تعترف بأهمية القيم الاجتماعية والتنشئة في تشكيل علاقة المرأة أو النوع الاجتماعي بالفضاء العمومي، مع الإقرار بتأثير الخلفية الثقافية على السلوك والممارسات داخل هذا الفضاء.

- اعتماد العينة القصدية:

العينة في كلتا الدراستين تم اختيارها بناء على قصدية وهدف معين (النساء المرتادات للمراكز التجارية في الأغواط، وسكان ولاية باتنة في سياق نوعهم الاجتماعي)، مما يعكس تركيزاً نوعياً على الفئات المعنية بالظاهرة المدروسة.

2- أوجه الاختلاف:

- السياق المكاني والجغرافي:

تمت دراستنا في مدينة صحراوية (الأغواط)، بينما الدراسة الثانية كانت في مدينة داخلية (باتنة) ما يعني أن لكل دراسة بيئة عمرانية وثقافية مغايرة، يمكن أن تؤثر في طبيعة ارتياد الفضاء العمومي واستعماله.

- التركيز المفاهيمي:

ركزت دراستنا على المرأة كفاعل اجتماعي مستقل في الفضاء العمومي، بينما ركزت الدراسة الثانية على النوع الاجتماعي كمفهوم أوسع يشمل العلاقات بين الذكور والإناث في تقاسم الفضاء العمومي، وبالتالي تتناول الثنائية الاجتماعية بشكل مباشر.

- الهدف من الدراسة:

تهدف دراستنا إلى فهم دوافع وأثار ارتياد النساء للفضاء العمومي، بينما تهدف الدراسة الثانية إلى تحليل كيفية تقسيم الفضاء العمومي على أساس النوع الاجتماعي، أي أنها تركز أكثر على الصراع أو التمايز في الاستخدام، وليس فقط الحضور.

- حجم العينة وأدواتها:

العينة في دراستنا تبدو أكبر عددياً وأكثر تحديداً (النساء في المراكز التجارية)، واستخدمنا استبيانياً شاملاً فيه أسئلة مغلقة ومفتوحة، بينما الدراسة الثانية استخدمت الاستمارة المفتوحة والمقابلات الحرة لعينة صغيرة نسبياً (30 مفردة)، مما يعطيها طابعاً أكثر كفيماً.

- النتائج والاستنتاجات:

خرجت دراستنا بنتائج إيجابية إجمالاً عن علاقة النساء بالفضاء العمومي، حيث يظهر كمجال للترفيه وتخفيف الضغط والتفاعل الاجتماعي. في المقابل، الدراسة الثانية أكدت وجود نوع من الصراع أو الحواجز بين الجنسين في تقاسم هذا الفضاء، وأرجعت ذلك إلى القيم التقليدية والتنشئة الاجتماعية التي تميز أدوار كل طرف.

الدراستان تكملان بعضهما البعض من حيث المنهج والطابع الاستكشافي، لكن تختلفان في الزاوية التي يتم منها تحليل الفضاء العمومي. دراستنا تُظهر تطوراً نسبياً في العلاقة بين المرأة والفضاء العمومي في بيئة صحراوية، مع التركيز على الحضور النسوي وأبعاده النفسية والاجتماعية. بينما تبرز الدراسة الثانية حدود هذا الحضور من خلال رصد الصراعات الرمزية والثقافية بين الجنسين في فضاء حضري جزائري، مع إبراز الطابع الذكوري الذي لا يزال يُحدد طبيعة استخدام الفضاء العمومي. هذا التباين بين الدراستين مفيد علمياً، إذ يعكس كيف تختلف الممارسات الاجتماعية باختلاف السياقات الجغرافية والثقافية، ويبرز تعقيد العلاقة بين النوع الاجتماعي والفضاء العمومي في الجزائر.

خامساً: الدراسة الخامسة:

الفضاءات العمومية في الجزائر بين التصميم والاستخدام

دراسة حالة الساحات العمومية في مدينة باتنة¹

تعالج الأطروحة التي أعدها صابر بن عائشة موضوعاً بالغ الأهمية يتعلق بالفضاءات العمومية وتتناول استخدامها اليومي وأنماط الحياة الاجتماعية فيها اعتباراً للزمان والمكان. فموضوع الفضاءات يستقطب اهتمام الكثير من الباحثين والدارسين على اختلاف اختصاصاتهم ومقاصدهم وأهدافهم بهدف التعرف على العلاقة بين التصميم والاستخدام. فالساحة العامة كنوع من الفضاءات العمومية التي تعتبر منتوجاً عمرانياً ومعماريّاً فرضت نفسها عبر الزمن، وتتطلب دراسة معمقة وجادة لأنماط الاستخدام في أنواع تصاميمها، قصد الوصول إلى الفهم السليم للسلوك الإنساني داخل مجالاتها التي تتميز بخصائص متعددة ومتداخلة.

مدينة باتنة كواحدة من أهم المدن في الجزائر جغرافياً وتاريخياً، أثبتت وجودها عبر مختلف الأزمنة وتعاقت عليها حضارات عدة، اتّسمت مختلف الساحات العامة فيها بالتموضع في مراكز مدنها، حيث أعطت صوراً ناطقة لمعاني الإدماج في النسيج العمراني، وأسقطت بامتياز نظرية ارتباط الإنسان بالفضاء، وعليه تم التحقيق والتمحيص العلمي للتمكن من قراءة السيناريوهات المنطقية للنمط الجيني للاستخدام داخل تصاميمها.

تهدف هذه الدراسة إلى البحث عن مستوى الفضاءات العمومية في المدن الجزائرية بين التصميم والاستخدام. وتشمل مناقشة الأبعاد التي تحدد نوعية الساحات في السياق الجزائري وتحديدًا في الفضاءات العمومية. ونحاول من خلالها مراقبة استخدامات الساحات العمومية في بعض المدن الجزائرية لتسليط الضوء على أسس التصاميم النوعية والاهتمام بالتحليل الوصفي للساحات العمومية. بين أن المدينة أصبحت اليوم مسرحاً لمختلف أشكال العزوف الناتج عن سوء التسيير للإنسان والعمليات الإدارية المستمرة التي تعرفها المدينة، والتي تخلف آثاراً سلبية في أغلبها على الفضاءات، ويشكل موضوع التصميم والاستخدام في الساحات العمومية إحدى المعضلات التي تعترض استعمالات السكان وتؤرقه كثيراً في الوقت الراهن، مما يتطلب البحث عن حلول ناجعة تمكن من إعادة التوازن بين التصميم والمستخدمين، وباتت فضاءاتها مصدراً للقلق بفعل تزايد الأسباب الفاعلة التي أدت إلى تشنج العلاقة بين التصميم والاستخدام. والعوامل الفاعلة في خلخلة الفضاءات العمومية للمدينة بالجزائر بصفة عامة والساحات على الخصوص، لا سيما ما تعلق بفوضى التسيير وتملك المجال. وقد شهدت المدينة العديد من التغيرات التي أثرت على هيكل الفضاءات في الحياة الحضرية على نحو متزايد. حيث أصبحت الفضاءات العمومية مؤخرًا مصدرًا لإلهام المفكرين

¹ - صابر بن عائشة، الفضاءات العمومية في الجزائر بين التصميم والاستخدام : دراسة حالة الساحات العمومية في مدينة باتنة أطروحة دكتوراه في الهندسة المعمارية، جامعة سطيف 1، السنة الجامعية 2021 . 2022.

والمبدعين، لأداء دورها في السابق، وذلك لاسترجاع التواصل الاجتماعي الذي يشكل عنصراً أساسياً في المدينة والفضاءات العمومية. حيث تلتزم الدولة لإبراز برامج كبيرة لخلق هذه المساحات، التي تلعب دوراً اجتماعياً مهماً ولا تقتصر على اللقاءات والصدقات بين مختلف الفئات الاجتماعية ولكن لبناء علاقات قوية، وأصبحت المساحات العمومية في المدينة مرتبطة بمفاهيم متعددة منها (التصميم الاستخدام، التنوع الاجتماعي، الموصولية، التواصل الاجتماعي، المؤانسة والتنشئة الاجتماعية التحضر، والتعايش، ...)، وتخصصات متعددة للمهتمين في مجال بحث لمنطق تصميم هذه الأماكن والمساحات، وانتسابها وتملكها، باعتبار هذه المساحات العمومية واحدة من معايير التنشئة الاجتماعية التي تربط مختلف أعضاء المجتمع، وتدعم الممارسات الاجتماعية. اليوم أصبحت ك فراغات متبقية بين المباني. وهذا يؤدي إلى زعزعة الاستخدام ونوعية الحياة بها. الممارسة المكانية (الاجتماعية والاقتصادية) احتلت مكاناً هاماً في الحياة اليومية، وذلك لتطور نظم الممارسات التي تسمح بحركة الوظائف اليومية كالعامل والاتصالات والتجارة والترفيه والتعليم والخدمات العامة داخل تصميم هذه المساحات.

اقترح الباحث دراسة تصميم المساحات واستخداماتها. ففي هذا العمل، تم اختيار مدينة باتنة كعينة وحالة دراسة، لنعكس هذه الإشكالية من جانبيها المورفولوجي والفضائي، وتهدف هذه الدراسة إلى تقديم تحليل وصفي نبرز من خلاله مقومات المساحات التي تتميز بثراء معماري لاهم الحقب ومحاولة توضيح بعض حقائق التصميم في المساحات العمومية، لكونها فضاءات أساسية في المدينة ومعالم تاريخية استعمارية للممارسات المكانية القديمة، قبل أن يتم إهمالها وخسارتها. رصد منهجية علمية لتقنيات دقيقة لتشخيص بعض المساحات العمومية لمدينة باتنة، ومعرفة وضعيتها الحالية لمحاولة الحفاظ عليها.

تهدف هذه الدراسة لاستعراض مستوى المساحات العامة عبر تصاميمها الحالية من خلال الحالة الدراسية التي تعود لنفس الجبهة التاريخية، ركزت الدراسة على تحليل المساحات التالية: (ساحة 84 مسكن، ساحة الشهداء، ساحة المسرح وساحة بن بولعيد)، بداية من موقعها والخصائص التصميمية لها، ومكوناتها، وتركيباتها المكانية، وذلك قصد إستنباط مدى تأثير الخصائص البنوية والتشكيلية لتصميمها على استخدامها، ومعرفة أسباب التفاوت فيه، إذ إن هذه الحالة الدراسية وجهت الباحث نحو دراسة وفق مقاربات حديثة، معتمد فيها في ذلك على: -تحديد الخصائص التشكيلية والبنوية للمساحات في مركز مدينة باتنة عن طريق المنهج التاريخي الوصفي والمنهج المسحي التحليلي، والمنهج الإحصائي الاستنباطي والمنهج التفسيري المقارن. تحديد طرق الاستخدام والتملك المختلفة لهذه المساحات انطلاقاً من العوامل التي تؤثر على أساليب الاستخدام الدائم من خلال تقنيات البحث التي استخدمت في هذه الدراسة وأهمها: المقابلة، الملاحظة، الاستبانة مراقبة ويليام وايت، جملة التركيب المجالي ورصد الاستخدام والسلوك، والتحقق منها من خلال مجموعة من البرامج (spss, depthmap, excel) والدراسات الاستقصائية الميدانية.

تبين للباحث من خلال دراسته ضرورة الأخذ المصممون بعين الاعتبار كل من الخصائص التشكيلية والبنوية، لتؤدي الساحات العامة الدور المنوط إليها، وقد أكدت الدراسة أن تلك الخصائص تجعل الساحات تتلاءم مع خصوصيتها، وتواكب الممارسات الإنسانية والتفاعلات الاجتماعية التي صممت من أجلها، بغية تحقيق الاستخدام الدائم.

- التقييم:

1- أوجه التشابه:

- الاهتمام بالفضاءات العمومية كموضوع بحثي محوري:

كلتا الدراستين تنطلقان من أهمية الفضاء العمومي في حياة الإنسان اليومية، وتركزان على رصد وتحليل العلاقة بين الإنسان والمكان في سياق حضري جزائري.

- المنهج المستخدم:

اعتمدت الدراستان على المنهج الوصفي كأساس للتحليل، مع إدماج أدوات تحليل إحصائية وتقنية) مثل SPSS للوصول إلى استنتاجات دقيقة مبنية على معطيات واقعية.

- العمل الميداني كدعامة أساسية:

قامت كل دراسة بعمل ميداني ممنهج لجمع البيانات، سواء من خلال الاستبيانات أو الملاحظة المباشرة، مما يدل على الالتزام بالأسلوب العلمي في التحقق من الفرضيات.

- استخدام أدوات كمية ونوعية متنوعة:

استُخدمت دراستنا والدراسة الأخرى أدوات مثل الملاحظة، الاستبيان، وحتى المقابلة والمراقبة (خاصة في دراسة باتنة)، ما يعكس رغبة الباحثين في تغطية الجوانب المختلفة للسلوك الاجتماعي في الفضاء العمومي.

2- أوجه الاختلاف:

- الزاوية التي تناولت بها كل دراسة الفضاء العمومي

ركزت دراسات على سلوك النساء كمستخدمات للفضاء التجاري العمومي، من منظور اجتماعي تهتم بدوافعهن، تفضيلاتهن، وتأثير ذلك على حياتهن النفسية والعائلية.

أما دراسة باتنة ركزت على العلاقة بين التصميم الحضري والسلوك الإنساني داخل الفضاءات المفتوحة، خاصة الساحات، ما يجعلها أقرب إلى دراسة عمرانية تخطيطية بمقاربة سوسيومورفولوجية.

- نوع الفضاء العمومي المدروس:

الفضاء العمومي في دراستنا كان المراكز التجارية المغلقة (مدينة مول وأميرة)، وهي فضاءات استهلاكية حديثة.

في دراسة مدينة باتنة الساحات المفتوحة، وهي فضاءات تقليدية ذات طابع عمراني وتاريخي متجذرة في النسيج الحضري.

- الفئة المستهدفة بالبحث:

رُكزت دراستنا حصرياً على النساء كمبحوثات رئيسيات. أما دراسة باتنة فلم تركز على فئة اجتماعية محددة، بل اهتمت بكل المستخدمين للساحات العمومية.

- الهدف العام للدراسة:

هدفت دراستنا إلى فهم أسباب ودوافع واثار ارتياد النساء للفضاءات العمومية بمدينة الأغواط. أما دراسة باتنة تسعى إلى تحليل مدى تلاؤم تصميم الساحات مع الاستخدامات الاجتماعية اليومية.

- التقنيات التحليلية:

ارتكزت دراستنا على التحليل الكمي عبر SPSS فقط. أما دراسة باتنة: استخدمت برامج متعددة ومتقدمة SPSS، Depthmap، Excel، وتقنيات ملاحظة مهنية (مثل مراقبة ويليام وايت)، ما يبرز تعمقاً في التحليل البنوي للمجال.

- الزمن والبعد التاريخي:

دراسة باتنة دمجت البعد التاريخي والمعماري للفضاءات في تحليلها، واهتمت بإرث الحقب الاستعمارية وتأثيرها على تصميم الساحات. في المقابل، ركزت دراسة الأغواط على الواقع الراهن للنساء في المراكز التجارية دون الرجوع للخلفيات التاريخية أو التحولات المعمارية.

على العموم تكمل الدراسات بعضهما البعض رغم اختلاف المداخل والمقاربات؛ فبينما توفر دراستنا فهماً دقيقاً لتجربة المرأة الجزائرية في الفضاءات التجارية الحديثة من منظور اجتماعي ونفسي، تسعى دراسة باتنة إلى معالجة العلاقة المعقدة بين تصميم الفضاء العمومي واستخدامه الفعلي من منظور عمراني وسوسيولوجي، مع تحليل تاريخي للمجال.

تمثل دراستنا مرآة للتحويلات الاجتماعية والاستهلاكية لدى فئة النساء في المدينة الصحراوية بينما تقدم الدراسة الخاصة بمدينة (باتنة) نقداً لبنية المدينة وعجزها عن تلبية حاجات المستخدمين نتيجة ضعف التصميم أو سوء التسيير.

كخلاصة، نجد أن الدراستين تتقاطعان في إبراز مركزية الفضاء العمومي في تشكيل التفاعلات الاجتماعية والهوية الحضرية، لكنهما تختلفان في المنهج والمجال والمستوى التحليلي، مما يثري فهمنا متعدد الأبعاد لهذا الموضوع الحيوي.

سادساً: الدراسة السادسة:

فضاء المقهى وتشكل الجماعة في المنطقة الحضرية

دراسة ميدانية بمقاهي مدينة تيارت.¹

كل مجتمع له ميزة وخصائص ومكونات اجتماعية وثقافية ونظم وعلاقات ومؤسسات التنشئة الاجتماعية بمختلف المجتمعات تحكمها انماط عيش مختلفة ومتنوعة وفضاءات متنوعة تساهم في تكوين علاقات اجتماعية.

تشكل المدينة الفضاء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي للانسان لأنه يشغل هذا الفضاء بكل ما يحمله من دلالات رمزية فالمدينة هي صورة المجتمع وانعكاسها له بكل تجلياته، فهي المجال الجغرافي الذي تتقاطع فيه قوانين التهيئة والتعمير مع نشاطات السكان حيث تتفاعل كل هاته المعطيات فتعطينا مجالاً حضرياً.

لقد ساهم علم الاجتماع في الرفع من الاهتمام بالشوارع الفيزيائية للمدينة والتفاعلات اليومية للمواطنين أكثر من إمكان النقاش أو الخطاب، حيث يقاس الفضاء العام وفقاً لإمكانية الولوج إليه. وتعتبر الفضاءات العمومية بأنواعها من أبرز ما يميز الطابع الحضري في المدينة ويمكن القول أنها الوقائع الاجتماعية الذي تبرز فيه مختلف سمات النظام الاجتماعي.

وفي نفس الوقت تساهم تلك الفضاءات بدور فعال في تفاعل أفرادها وخلق علاقات اجتماعية من خلال مختلف الوظائف التي تقوم، ومن بين فضاءات التي تعتبر المحور الأساسي في تشكل الجماعة في المناطق الحضرية هي فضاء المقهى الذي يعتبر من بين أكبر فضاءات الاجتماعية، ويعتبر المقهى فضاء يتميز باتساع المساحة، فالمقهى الشعبي الذي تجلس إليه في رحلة يوم طويل من العمل أو ذاك الغربي الذي تزوره في عطلة نهاية الاسبوع مع الأصدقاء قد قطع رحلة طويلة تمتد لخمسة قرون حتى وصل إليك متأثراً بالثقافات والعلاقات الاجتماعية وترك بصمة عليها. ويشكل المقهى المكان الخاص باللقاءات ولتشكل الجماعة وخاصة للذكور، مع بروز مقاهي خاصة بالنساء (مقهى البنة بمدينة تيارت).

تهدف هذه الدراسة إلى تفسير فضاء المقهى وتشكل الجماعة في الوسط الحضري، من حيث البناء والوظائف ومختلف العوامل التي أثرت على هذا الفضاء وذلك عبر فهم معايير وأهمية تشكل الجماعة في المدينة،

طرح الباحثان عدد من التساؤلات نوردتها فيما يلي:

✓ كيف يساهم فضاء المقهى في تشكل الجماعة في المدينة؟

✓ هل يساهم تشكل الجماعة في استمرارية فضاء المقهى في الوسط الحضري؟

¹ - راجع روح، خثير سيد احمد، فضاء المقهى وتشكل الجماعة في المنطقة الحضرية، دراسة ميدانية بمقاهي مدينة تيارت، مذكرة ماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة تيارت، 2021. 2022.

- الفرضيات:

- ✓ يوجد دور لفضاء المقهى في المساهمة بتشكيل الجماعة في المدينة.
- ✓ يساهم تشكيل الجماعة في استمرارية فضاء المقهى في الوسط الحضري.
- اعتمدت الباحثان على المنهج الكيفي والمنهج الوصفي واستخدمت أداة المقابلة، لجمع المعلومات عن عينة بلغت 15 فرد من مرتادي المقاهي بمدينة تيارت.
- خلص الباحثان الى عدد من النتائج نورد اهمها فيما يلي:
- يساعد فضاء المقهى على تكوين علاقات اجتماعية جديدة ويعززها في الوسط الحضري.
- المقهى فضاء شاسع جعل الجماعة ترتبط به وترتاده عدة مرات خلال الأسبوع.
- يوفر المقهى خدمات مختلفة متعددة وله ميزات أخرى جعلت منه قبلة للجماعات وفضلته عن باقي الفضاءات في المدينة.
- توفير المقهى وسائل التواصل والترفيه وجعلت الافراد يرتادونه تقريبا يوميا لفضاء أوقاتهم وخاصة الفترات المسائية منها.
- تعلق الجماعات بالمقهى جعل منهم يختارون ويخصصون أمكنة مفضلة داخل هذا الفضاء.
- تساهم الجماعة وتلعب دورا هاما في استمرارية فضاء المقهى في الوسط الحضري.
- يعتبر تشكيل الجماعة المحرك الأساسي لفضاء المقهى وذلك راجع لتفاعلات الأفراد بداخله.
- ميزات الترفيه والراحة في المقهى جعلت من الجماعة يدمنون على هذا الفضاء.
- تساهم الجماعة في تكوين العلاقات الاجتماعية في فضاء المقهى.
- اعتبار الجماعة المقهى كمكان للقاءات اليومية للراحة والترفيه.
- أهمية المقهى عند الجماعة جعلت من أصحابها إبعاد كل ما هو مسيء أو مزعج للحفاظ على الزبائن وسمعة المكان.

- تقييم:

1- أوجه التشابه:

- الموضوع العام:

كلتا الدراستين تنتميان إلى حقل علم الاجتماع الحضري، وتركزان على العلاقة بين الأفراد (النساء أو الجماعات) والفضاء العمومي الحضري، حيث تسعيان إلى فهم كيفية تشكّل العلاقات الاجتماعية أو الممارسات اليومية داخل فضاءات مدنية (المراكز التجارية والمقاهي).

- الوظيفة الاجتماعية للفضاء:

اتفقت الدراستان في النظر إلى الفضاء العمومي باعتباره أكثر من مجرد مكان مادي؛ بل هو وعاء للعلاقات الاجتماعية، والتفاعلات اليومية، والوظائف الرمزية كالراحة، الترفيه، التنفيس النفسي. ... وما الى ذلك.

- المنهج المستخدم:

كلا الدراستين اعتمدتا على المنهج الوصفي بدرجات متفاوتة، سواء في جمع البيانات أو تحليلها مع دمج المنهج الكيفي في الدراسة بمدينة تيارت من خلال أداة المقابلة.

- التركيز على مرتادي الفضاء:

رُكِّزت كل دراسة على فئة محددة من المرتادين النساء في دراستنا، والجماعة الذكورية (مع إشارة لفضاء نسوي واحد) في الدراسة لمدينة تيارت، مما يُظهر اهتمامًا بخصوصية التجربة الاجتماعية لكل فئة داخل الفضاء العمومي.

- أهمية التفاعل الاجتماعي:

كل من المركز التجاري والمقهى ظهر كفضاء يُعزز التفاعل الاجتماعي والتقارب الإنساني، ويمنح شعورًا بالانتماء والألفة للمستفيدين منه.

2- أوجه الاختلاف:

- المجال السوسيوديمغرافي:

تمت دراستنا في مدينة الأغواط، وهي مدينة صحراوية، وركّزت على المرأة في الفضاء التجاري. أما هذه الدراسة فأُنجزت في مدينة تيارت (منطقة حضرية بالشمال الغربي)، وركّزت على الجماعة الذكورية والفضاء العام المتمثل في المقهى، مع إشارة عابرة لوجود مقهى نسوي.

- المنهج والأداة:

استخدمت دراستنا الاستبيان والملاحظة، وهو ما يعكس اعتمادًا أكبر على الكمية والتنظيم. أما هذه الدراسة فاعتمدت المقابلة كأداة رئيسية، مما يعكس طبيعة نوعية وكيفية للبحث تعمقت أكثر في التجربة الشخصية والمشاعر والسلوكيات.

- الطبيعة الاجتماعية للفضاء:

ظهر بأن المراكز التجارية في دراستنا تؤدي دورًا اقتصاديًا-اجتماعيًا-نفسيًا، وتُعدّ بالنسبة للنساء فضاءً متعدد الوظائف (تسوّق، ترفيه، استرخاء).

أما المقهى في هذه الدراسة، فهو يُمثل الفضاء الاجتماعي الأول للجماعة، ويكتسب هوية جماعية ترتبط بتشكيل واستمرارية العلاقات، وليس مجرد وظيفة استهلاكية.

- الأثر العلائقي:

في دراستنا خالصنا إلى أن النساء لا يرين في الفضاء التجاري فرصة لبناء علاقات جديدة، وإنما يحتفظ الفضاء بوظيفته الضيقة (التسوّق/التنفس).

أما في هذه الدراسة، فإن المقهى يُمثل منصة مركزية لبناء العلاقات وتوطيدها، بل ويُحدث نوعًا من الإدمان الجماعي على التردد عليه.

- الدوافع الأساسية للارتداد:

في دراستنا الدافع الأول للنساء من وراء ارتياد الفضاء العمومي هو الحاجة المادية/الاستهلاكية (التسوق)، يلها البعد النفسي والاجتماعي. أما في هذه الدراسة فالدافع يتمثل في اللقاء، التفاعل الشعور بالانتماء، وهو دافع اجتماعي بالأساس.

تتكامل الدراستان في تقديم صورة بانورامية عن استعمال الفضاء العمومي في الجزائر مع مراعاة البعد الجندري (النوع الاجتماعي).

تُبرز دراستنا التحولات في سلوك المرأة داخل الفضاء العمومي الحضري، خاصة مع تنامي الوعي والتعليم والبحث عن الراحة النفسية ضمن بيئة آمنة، بينما تُظهر هذه الدراسة كيف يُعيد الذكور إنتاج العلاقات الاجتماعية وتشكيل الهويات الجماعية داخل الفضاء العام التقليدي (المقهى). بالتالي فإن الفضاء العمومي في المجتمع الجزائري ليس ساحة محايدة، بل هو منتج اجتماعي مشروط بثقافة الجنس، الطبقة، والبيئة الحضرية، ويتخذ أدوارًا متعددة تتجاوز الاقتصاد إلى العلاقات والتفاعل والرمزية.

الفصل الثالث
الطريقة والأدوات

- تمهيد:

من المعروف منهجيا أنه ينبغي أن تخضع الدراسة لمنهجية محددة خصوصا في العلوم الاجتماعية فمنهجية البحث كما يراها "فريدريك معتوق" هي مجموعة المناهج الطرق التي توجه الباحث في بحثه وبالتالي فإن الوظيفة المنهجية هي جمع المعلومات ثم العمل على تصنيفها وترتيبها وقياسها وتحليلها من أجل استخلاص نتائجها والوقوف على الجوانب الظاهرة الاجتماعية المدروسة. وبالتالي فالباحث ملزوم أن يختار من هذه الأدوات والتقنيات وسيلة أو أكثر للحصول على البيانات التي يريدها لدراسة المشكلة من كافة جوانبها.¹

أولاً: مجالات البحث:

أ. المجال المكاني:

قمنا بالدراسة الميدانية في المركز التجاري "أميرة" الذي يتموقع في حي المعمورة بمدينة الأغواط والمركز التجاري مدينة مول، المتموقع في حي الجمارك طريق الخنق بمدينة الأغواط الجزائرية. وهي مدينة صحراوية تبعد عن الجزائر العاصمة بـ400 كيلومتر.

ب. المجال الزمني:

والمقصود به هو تلك الفترة التي يستغرقها الباحث في جمع البيانات والمعلومات من ميدان الدراسة أو هي فترة الدراسة الميدانية. وقد قمنا بإجراء الدراسة الميدانية خلال الفترة الزمنية المحددة بداية من السنة الجامعية 2025/2024 وكانت وفق مرحلتين:

- المرحلة الأولى:

هذه المرحلة كانت خلال شهر مارس 2025 إلى غاية نهاية شهر أفريل، حيث قمنا في هذه الفترة بتحديد الأبعاد وجمع المؤشرات النظرية والواقعية لما يتعلق ارتياد النساء للفضاءات العمومية بمدينة الأغواط، وذلك بالإطلاع على الدراسات السابقة التي أقيمت في هذا المجال وأيضا مناقشة عينة من المبحوثات اللواتي يرتدن الفضاءات العمومية بالمدينة، هذا ما دعانا إلى الشروع في إعداد وبناء الاستبيان، الذي قمنا بتوزيعه على عينة من المبحوثات في كل من مركز أميرة ومدينة مول بمدينة الأغواط، وكان ذلك مع نهاية شهر أفريل من نفس السنة.

- المرحلة الثانية:

أما هذه المرحلة من الدراسة فكانت مع بداية شهر ماي إلى غاية نهاية الأسبوع الثاني من جوان أين تم تفرغ الإستبيان في برنامج spss ومن ثم إستخراج الجداول البسيطة، ثم الشروع في عملية القراءة الإحصائية للجداول، وإستخلاص النتائج من كل الجدول إلى غاية الخروج بالخلاصة

¹-رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2002، ص 119.

والإستنتاجات العامة للبحث، وإنهاء من العمل الميداني وكتابة تقرير المذكرة خلال النصف الثاني من شهر جوان من عام 2025.

ج. المجال البشري:

تمثل في النساء اللواتي يرتدن الفضاءات العمومية والمتمثلة في المركز التجاري أميرة والمركز التجاري مدينة مول بمدينة الأغواط.

ثانياً: المنهج المستخدم:

نظراً لطبيعة المشكلة المطروحة للدراسة فإنه من الأهمية بمكان اختيار المنهج الأنسب والذي يخدم البحث، لذلك فقد تم إتباع المنهج الوصفي بحيث أنه لا يقتصر على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها، بالإضافة إلى تحليلها تحليلاً كافياً دقيقاً متعمقاً، بل يتضمن أيضاً قدرًا من التفسير لهذه النتائج، لذلك كثيراً ما يقترن الوصف بالمقارنة زيادة إلى استخدام أساليب القياس والتفسير للوصول إلى تعميمات بشأن ظاهرة موضوع الدراسة.¹

لذلك فإن المنهج الوصفي هو المنهج الذي ينطبق ودراستنا، وتم استخدامه لتنظيم وتنسيق الأفكار المطروحة من جانبها النظري والميداني، وبقصد وصف الظاهرة كما هي الحقيقة والواقع، وذلك في سبيل البحث عن ارتياد النساء للفضاءات العمومية بمدينة الأغواط.

ثالثاً: أدوات جمع المعلومات:

1- الملاحظة:

مما لا شك فيه لدى أي باحث أن انطلاقة أي بحث علمي خاصة في العلوم الإجتماعية إنما هي مبنية على ملاحظات يستكشف ويتعرف الباحث من خلالها ظاهرة معينة بحيث تلت انتباهه وأهميته، وطبعاً ليس ما نقصده بالملاحظة الملاحظة العادية وإنما قصدنا الملاحظة المبنية على قواعد منهجية مضبوطة.² حيث أن الميزة الأساسية والرئيسية للملاحظة أنها تطلعنا على مظاهر ارتياد النساء للفضاءات العمومية والمتمثلة في المراكز التجارية بمدينة الأغواط.

استخدمنا في بحثنا تقنية الملاحظة من أجل بناء الإشكالية وصياغة الأسئلة وتحديد أهداف البحث، ذلك أن موضوعنا المطروح إنما تم إختياره بناء على الملاحظات العلمية المنظمة والواقعية أدت بنا في النهاية إلى البحث فيه، حيث تم استخدام وإتباع هذه التقنية ليس كما تجري عليه العادة في البحوث الوصفية والإستكشافية بحيث تكون الملاحظة البسيطة أو المنظمة أو بالمشاركة بالعين المجردة والممارسة الواقعية مع المبحوثات وإنما كانت ملاحظتنا من خلال ممارستنا للفضاء العمومي بإعتبارنا كباحثين من مرتادات المراكز التجارية بالمدينة.

¹- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص 86.

²- عبد الطيف محمد خليفة، إرتقاء القيم (دراسة نفسية)، المجلس الوطني لثقافة والفنون والآداب، الكويت، ص 58.

2- الاستبيان:

استخدمت أداة الاستبيان كوسيلة أساسية في جمع المعلومات المتعلقة بعناصر الدراسة الميدانية (المبحوثات) وأخذت الوقت الكبير والجهد من الباحثين في إعدادها، حتى تكون أداة فعالة في جمع المعلومات الميدانية، ومتعلقة بمتغيرات الدراسة، أبعادها ومؤشرات.

تم بناء إستمارة الإستبيان في شكل أسئلة هي مزيج بين الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة بحيث أنها تتضمن أسئلة ذات أجوبة وبدائل محددة، وهذا بهدف الحصول على المعلومات بطرق مختلفة تدفع المبحوثات لإختيار واحده منها فقط، وأسئلة أخرى تتيح لهم اختيار عدد من البدائل المتاحة، وتعطي لهم الفرصة لتعبير عن آرائهم بدقة ووضوح. كما جعلناها تتصف بالسهولة والوضوح حتى تتمكن المبحوثات من فهمها والإجابة عنها. ونحن بدورنا إستخدمنا هذه التقنية للحصول على المعلومات المتعلقة ببحثنا، مع العلم أننا راعينا في تحضيرها صياغة الأسئلة وترتيبها ووضعها في محاور ثم قمنا بتجريب الاستبيان على عينة من المبحوثات، بقصد التعرف عما إذا كانت تحتاج إلى تغيير أو تعديل أو حتى إلغاء بعض الأسئلة من أجل الوصول إلى المعطيات الخام المراد إيجادها والى حد كبير لم نجد الصعوبة في تقبل الأسئلة من قبل المبحوثات. بلغ تعداد أسئلة الاستبيان (20) سؤال.

وقد وتضمن الاستبيان أربع محاور وهي:

- المحور الأول: وقد ضم الأسئلة المتعلقة بالبيانات الشخصية.

- المحور الثاني: وقد ضم الأسئلة المتعلقة بأسباب ارتياد الفضاءات العمومية.

- المحور الثالث: يحوي هذا المحور أسئلة حول مظاهر ارتياد الفضاءات العمومية.

- المحور الرابع: يحتوي هذا المحور على أسئلة حول آثار ارتياد الفضاءات العمومية.

- صدق وثبات الاستبانة:

يعتبر الصدق والثبات من الخصائص الجيدة لأداء البحث، لذلك قام الباحث بتقنين فقرات الاستبيان قبل توزيعها على عينة الدراسة وذلك للتأكد من صدقها وثباتها على النحو التالي:

✓ صدق الاستبانة: ويقصد به أن تقيس اسئلة الاستبيان ما وضعت لقياسه لذا قمنا بالتأكد من صدق الاستبيان كما يلي:

✓ قياس معامل الثبات للإستبيان حسب كل محور من الاستبيان وجاءت معدلاته كما يلي:

جدول رقم 01: يبين معدل الثبات لمحاور الدراسة الميدانية.

معامل الثبات	المحاور
0.647	مظاهر ارتياد النساء للقضاء العمومي
0.793	أسباب ارتياد النساء للقضاء العمومي (المركز التجاري ..)
0.791	اثار ارتياد النساء للقضاء العمومي (المركز التجاري ..)

يبين الجدول معدل الثبات لمحاور الدراسة الميدانية. يظهر الجدول أن معامل الثبات لمحور "مظاهر ارتياد النساء للقضاء العمومي بلغ 0.647، بينما بلغ معامل الثبات لمحور" أسباب ارتياد النساء للقضاء العمومي) المركز التجاري 0.793، ومحور أثار ارتياد النساء للقضاء العمومي المركز التجاري بلغ 0.791.

يظهر من الجدول أن معامل الثبات لمحاور الدراسة الميدانية يتراوح بين 0.647 و0.793، مما يشير إلى أن هناك مستوى جيد من الثبات في القياسات. ويمكن القول ان المحاور الثلاثة لها معاملات ثبات جيدة نسبيا، وهو امر ايجابي في ضمان صحة وموثوقية النتائج - صدق الاتساق الداخلي:

ويقصد بالاتساق الداخلي قوة ارتباط بين الدرجات كل فقرة من فقرات الاستبيان، والدرجة الكلية للمحور الرئيسي الذي تنتمي اليه، أي يقيس مدى صدق فقرات المقياس بالنسبة للأهداف، وتم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على العينة وذلك بحساب معامل الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له كما يلي:

الفصل الثالث: الطريفة والأدوات

- الصدق الداخلي لفقرات والأوساط المحاسبية والانحرافات المعيارية لمحاورة الدراسة:
 - مظاهر ارتياد النساء للقضاء العمومي
 الجدول رقم 02: يبين الصدق الداخلي لفقرات الاستبيان في المحور الأول.

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
1	ترتادي الفضاء التجاري... في زمن؟	0.682	0.000	0.604	4.44
2	ترتادي الفضاء التجاري في أوقات؟	0.864	0.000	0.732	4.26
3	ترتادي المركز التجاري خلال الشهر؟	0.893	0.000	0.588	4.35
4	تقضي من الوقت وأنت في الفضاء التجاري؟	0.866	0.000	0.878	3.94
5	اين تجلسين في الفضاء التجاري؟	0.681	0.000	0.868	3.93
6	الأشخاص اللواتي تصطحبين معك الى الفضاء التجاري في الغالب؟	0.683	0.000	0.870	3.81

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول الصدق الداخلي لفقرات المحور الأول. يظهر الجدول أن معاملات الارتباط للفقرات تتراوح بين 0.681 و0.893 ، وجميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.000. كما يظهر الجدول أن المتوسطات الحسابية للفقرات تتراوح بين 3.81 و4.44، والانحرافات المعيارية تتراوح بين 0.588 و0.878.

يظهر من الجدول أن الفقرات تتمتع بصدق داخلي جيد، حيث أن معاملات الارتباط عالية وذات دلالة إحصائية. كما يظهر أن المتوسطات الحسابية للفقرات تشير إلى أن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات، مما يشير إلى أن مظاهر ارتياد النساء للقضاء العمومي تتمثل في ارتياد الفضاء التجاري في أوقات مختلفة ولأسباب مختلفة.

الفصل الثالث: الطريفة والأدوات

- أسباب ارتياد النساء للفضاء العمومي (المركز التجاري)
جدول رقم 03: بين الصدق الداخلي لفقرات المحور الثاني.

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
1	الغاية من وراء ارتياد الفضاء التجاري؟	0.682	0.000	1.025	3.69
2	القصد من وراء ارتياد الفضاء التجاري	0.685	0.000	1.231	3.26
3	ارتياذك للفضاء التجاري يؤثر على حياتك الاجتماعية؟	0.681	0.000	0.779	3.85
4	ارتياذك للفضاء التجاري يؤثر على نفسك؟	0.676	0.000	0.790	3.84
5	ارتياذك للفضاء التجاري ... من أجل؟	0.644	0.000	0.766	3.33

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول معاملات الارتباط والدلالة الإحصائية للفقرات يظهر الجدول أن معاملات الارتباط للفقرات تتراوح بين 0.644 و0.685، وجميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.000. كما يظهر الجدول أن المتوسطات الحسابية للفقرات تتراوح بين 3.26 و3.85، والانحرافات المعيارية تتراوح بين 0.766 و1.231.

يظهر من الجدول أن الفقرات تتمتع بصدق داخلي جيد، حيث أن معاملات الارتباط عالية وذات دلالة إحصائية. كما يظهر أن المتوسطات الحسابية للفقرات تشير إلى أن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات، مما يشير إلى أن أسباب ارتياد النساء للفضاء العمومي تتمثل في تأثيره على حياتهن الاجتماعية والنفسية

الفصل الثالث: الطريفة والأدوات

- آثار ارتياد الفضاء العمومي (المركز التجاري)
الجدول رقم 04: يبين الصدق الداخلي لفقرات المحور الثالث.

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
1	أثر ارتيادك للفضاء العمومي مركز التجاري على نفسك تأثير إيجابي؟	0.681	0.000	0.767	3.43
2	أثر ارتيادك للفضاء العمومي المركز التجاري ..على حياتك الاجتماعية تأثير إيجابي؟	0.683	0.000	1.462	2.89
3	أثر ارتيادك للمركز التجاري .. على بناء علاقات اجتماعية جديدة مع نساء أخريات؟	0.676	0.000	1.730	3.09
4	أثر ارتيادك للمركز التجاري .. على نفسية وعقلية الأشخاص الذين تصطحبين معك إلى المركز أولاد، أطفال، الزوج، مرافقات أخريات....؟	0.864	0.000	1.162	2.49
5	كيف ترين ارتيادك للفضاء العمومي المركز التجاري	0.855	0.000	1.361	2.87

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول معاملات الارتباط والدلالة الإحصائية للفقرات. يظهر الجدول أن معاملات الارتباط للفقرات تتراوح بين 0.676 و 0.864 ، وجميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.000. كما يظهر الجدول أن المتوسطات الحسابية للفقرات تتراوح بين 2.49 و 3.43، والانحرافات المعيارية تتراوح بين 0.767 و 1.730.

يظهر من الجدول أن الفقرات تتمتع بصدق داخلي جيد، حيث أن معاملات الارتباط عالية وذات دلالة إحصائية. كما يظهر أن المتوسطات الحسابية للفقرات تشير إلى أن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات، ولكن بدرجات متفاوتة، مما يشير إلى أن آثار ارتياد الفضاء العمومي تتمثل في تأثيره على نفسية و حياة النساء الاجتماعية، ولكن بدرجات متفاوتة.

رابعاً: المعاينة:

-وحدة العينة:

تمثلت وحدة العينة في النساء اللواتي يرتدن الفضاءات العمومية بمدينة الأغواط، والمتمثلة في المركز التجاري أمير ومدينة مول.

- حجم العينة وكيفية اختيارها:

العينة هي: " ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري إختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً".¹ وبمعنى إنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة تم إختيارها بالطريقة المناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم إستخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي، وهناك أنواع متعددة للعينة فمنها عينة إحصائية وغير إحصائية. وهذه الأخيرة التي تحتوي هذه الأخرى على أنواع مختلفة نظراً لطبيعة الدراسة ولتلائم مع الإمكانيات المادية والزمنية المتاحة لنا وإستعمالنا العينة بدلاً من طريقة الحصر الشامل لمجتمع الدراسة ككل. قدر حجم عينة الدراسة بـ 34 مفردة.

- نوع العينة:

وفقاً لطبيعة الدراسة وتماشينا مع الإمكانيات المادية والزمنية، تم استخدام طريقة العينة بدلاً من طريقة الحصر الشامل لمجتمع الدراسة ككل أي استخدام طريقة تعميم الجزء على الكل كما وقع الإختيار على العينة غير الإحصائية بالقصد (قصدياً) إذ هي عينة ملائمة، من أجل تضمين موضوع الدراسة واختيار مفردات العينة بصورة التي تحقق الهدف من المعاينة والمفردات التي بإمكاناتها توفير المعلومات المناسبة والمفيدة لنا.

وقد تم الاعتماد على هذا النوع من العينات، نظراً لعدم وجود قاعدة السبر نعتمد عليها بل وأن مجتمع الدراسة غير متجانس وغير متكامل من حيث مكان إقامة المبحوثات، المستوى العمري والمستوى التعليمي، وبالنظر لهذا فقد تم اختيار مفردات الدراسة بقصد النظر لوجود الخصائص والمميزات بهذه العينة تدخل في اهتمام مجال البحث.

¹ -عبد المجيد لطفي، علم إجتماع، ط7، دار المعرفة، القاهرة، 1976، ص 353.

خامساً: خصائص عينة البحث:

الجدول رقم 05 : يبين توزيع المبحوثات حسب المستوى العمري.

النسب %	التكرارات	المستوى العمري
20,58%	7	أقل من 18
25%	10	19-28 سنة
29.41%	16	29-38 سنة
2.92%	1	39-48 سنة
0%	0	49 سنة فأكثر
100%	34	المجموع

الدائرة البيانية:



المصدر: من اعداد الباحثين.

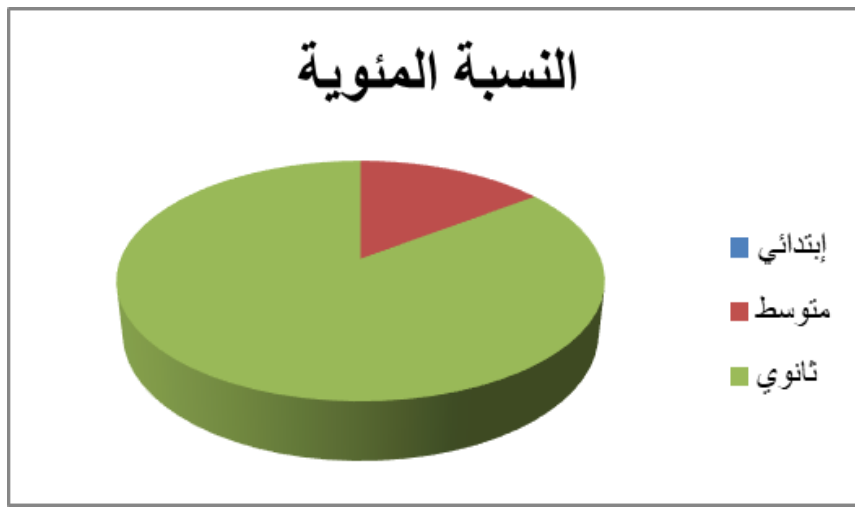
يبين الجدول توزيع مجتمع البحث حسب المستوى العمري. يظهر الجدول أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً في مجتمع البحث هي الفئة العمرية 29-38 سنة، حيث بلغت نسبة هذه الفئة 29.41% من إجمالي العينة. تليها الفئة العمرية 19-28 سنة بنسبة 25%. بينما كانت الفئة العمرية الأقل تمثيلاً هي الفئة العمرية 39-48 سنة، حيث بلغت نسبتها 2.92% فقط. يظهر من الجدول أن مجتمع البحث يتركز في الفئات العمرية الشابة والمتوسطة، مما قد يشير إلى أن هذه الفئات هي الأكثر اهتماماً بالموضوع الذي يتم دراسته.

الفصل الثالث: الطريفة والأدوات

الجدول رقم 06: يبين توزيع المبحوثات حسب المستوى التعليمي.

النسب %	التكرارات	المستوى التعليمي
0%	0	إبتدائي
20.58%	7	متوسط
29.41%	10	ثانوي
50%	17	جامعي
100%	34	المجموع

الدائرة البيانية:



المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع مجتمع البحث حسب المستوى التعليمي. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة لديهم مستوى تعليمي جامعي، حيث بلغت نسبتهم 50% من إجمالي العينة. بينما كانت نسبة الأفراد ذوي المستوى التعليمي الثانوي 29.41%، والذين لديهم مستوى تعليمي متوسط 20.58%.

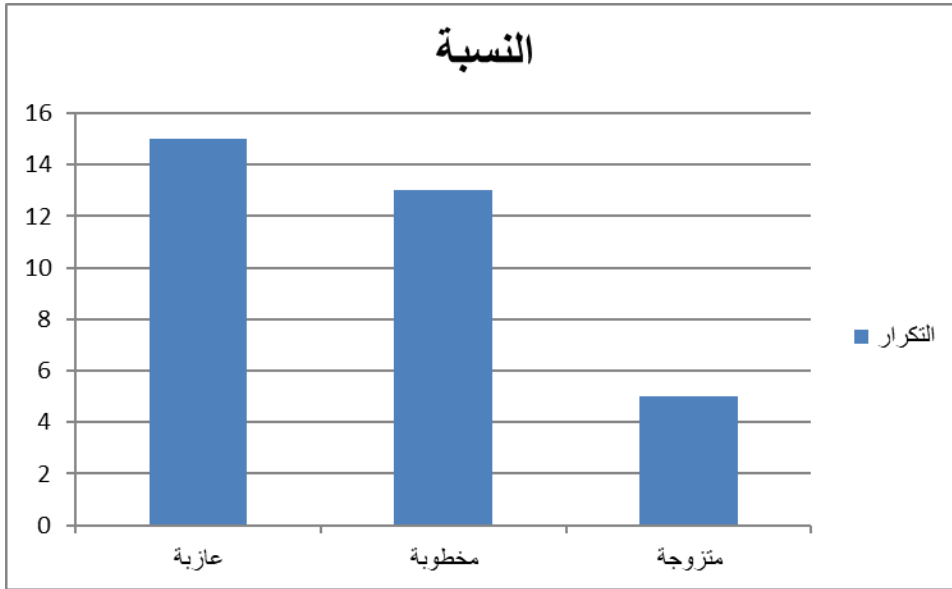
يظهر من الجدول أن مجتمع البحث يتكون في الغالب من أفراد ذوي مستوى تعليمي عالٍ، مما قد يشير إلى أن التعليم الجامعي يلعب دورًا مهمًا في تشكيل آراء واتجاهات الأفراد حول الموضوع الذي يتم دراسته. لكن الجدول يحتوي على خطأ حيث نسبة المستوى التعليمي الإبتدائي 0%

الفصل الثالث: الطريفة والأدوات

الجدول رقم 07: يبين توزيع المبحوثات حسب الحالة المدنية.

النسب %	التكرارات	الحالة المدنية
44.11%	15	عازبة
38.23%	13	مخطوبة
14.70%	5	متزوجة
0%	0	مطلقة
2.94%	1	أرملة
100%	34	المجموع

الدائرة البيانية



المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع عينة الدراسة حسب الحالة المدنية. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة عازبات، حيث بلغت نسبتهم 44.11% من إجمالي العينة. تليهن الفئة المخطوبة بنسبة 38.23% بينما كانت نسبة المتزوجات 14.70%، والأرامل 2.94%.

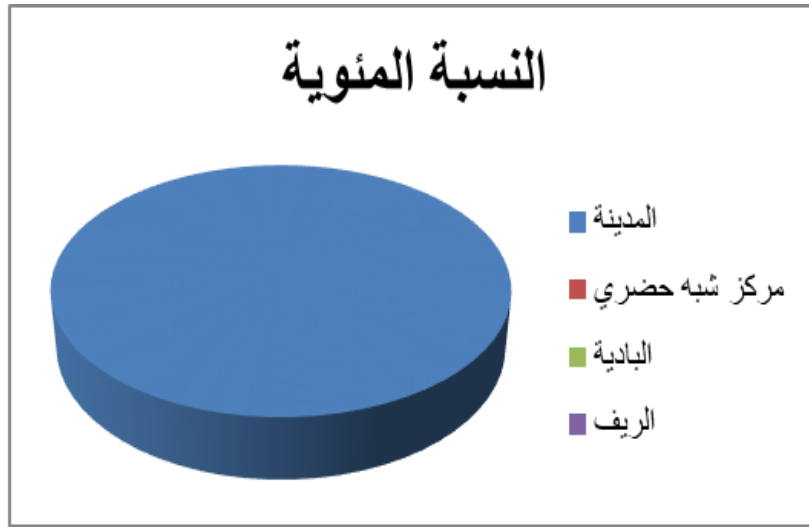
يظهر من الجدول أن عينة الدراسة تتكون في الغالب من نساء عازبات أو مخطوبات، مما قد يشير إلى أن هذه الفئات هي الأكثر اهتمامًا بالموضوع الذي يتم دراسته. قد يكون ذلك راجعًا إلى أن هذه الفئات العمرية والاجتماعية أكثر انفتاحًا على المواضيع الجديدة والمثيرة للاهتمام.

الفصل الثالث: الطريفة والأدوات

الجدول رقم 08: يبين توزيع المبحوثات حسب مقر الإقامة.

النسب %	التكرارات	مقر الإقامة
100%	34	المدينة
0%	0	مركز شبه حضري
0%	0	البادية
0%	0	الريف
100%	34	المجموع

الدائرة البيانية:



المصدر: من اعداد الباحثين.

الجدول يبين توزيع أفراد العينة حسب مقر الإقامة. يظهر الجدول أن جميع أفراد العينة (100%) يقيمون في المدينة، بينما لا يوجد أي فرد من العينة يقيم في مركز شبه حضري أو البادية أو الريف.

يظهر من الجدول أن العينة تتكون فقط من سكان المدينة، مما قد يشير إلى أن الدراسة تركز على فئة معينة من السكان. هذا قد يؤثر على نتائج الدراسة ومدى تطبيقها على فئات أخرى من السكان.

الفصل الرابع
النتائج والمناقشة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

أولاً: مظاهر ارتياد الفضاء العمومي.

الجدول رقم 09: يبين زمن ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري.

النسب %	التكرارات	زمن ارتياد الفضاء
64,70%	22	صباح
5,88%	2	القيولة
29,41%	10	المساء
0%	0	السهرة
100%	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثتين.

الجدول يبين توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي تتراد فيه الفضاء التجاري. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة تتراد الفضاء التجاري في الصباح، حيث بلغت نسبتهم 64.70% بينما تتراد 29.41% من أفراد العينة الفضاء التجاري في المساء. يظهر من الجدول أن أفراد العينة يفضلون ارتياد الفضاء التجاري في الصباح، مما قد يشير إلى أن هذا الوقت هو الأكثر ملاءمة لهم. الجدول رقم 10: يبين أوقات ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري.

النسب %	التكرارات	أوقات الارتياح
23,52%	8	عطلة نهاية الأسبوع
64,70%	22	العطلة المدرسية
11,76%	4	عطلة العمل
0%	0	الحفلات التي تقام بالمركز التجاري
100%	0	باقي أيام الأسبوع
100%	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثتين.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب الأوقات التي تتراد فيها الفضاء التجاري. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة تتراد الفضاء التجاري خلال العطلة المدرسية، حيث بلغت نسبتهم 64.70% ، بينما تتراد 23.52% من أفراد العينة الفضاء التجاري خلال عطلة نهاية الأسبوع.

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

يظهر من الجدول أن أفراد العينة يفضلون ارتياد الفضاء التجاري خلال العطلة المدرسية مما قد يشير إلى أن هذا الوقت هو الأكثر ملاءمة لهم.
الجدول رقم 11: يبين ارتياد المبحوثات الفضاء التجاري خلال الشهر.

النسب %	التكرارات	الارتياذ خلال الشهر
70,58 %	24	المناسبات
20,58 %	7	الحفلات التي تقام
8,82 %	3	مرة مرتين ثلاث مرات
0 %	0	اربع مرات
0 %	0	خمس مرات فأكثر
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

الجدول يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد مرات ارتياد المركز التجاري خلال الشهر. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة تتراد المركز التجاري خلال المناسبات، حيث بلغت نسبتهم 70.58% ، بينما تتراد 20.58% من أفراد العينة المركز التجاري خلال الحفلات التي تقام يظهر من الجدول أن أفراد العينة يفضلون ارتياد المركز التجاري خلال المناسبات، مما قد يشير إلى أن هذه المناسبات هي الأكثر ملاءمة لهم.
الجدول رقم 12: يبين الوقت الذي تقضيه المبحوثات في الفضاء التجاري.

النسب %	التكرارات	الأوقات
29,41 %	10	أقل من ساعة
55,88 %	19	من ساعة إلى ساعتين
14,70 %	5	من ساعتين الى اربع ساعات
0 %	0	اربع ساعات فأكثر
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي يقضونه في الفضاء التجاري. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يقضون من ساعة إلى ساعتين في الفضاء التجاري، حيث بلغت نسبتهم 55.88% ، بينما يقضي 29.41% من أفراد العينة أقل من ساعة في الفضاء التجاري.

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

يظهر من الجدول أن أفراد العينة يقضون وقتًا معقولًا في الفضاء التجاري، مما قد يشير إلى أنهم يستمتعون بوقتهم هناك.
الجدول رقم 13: يبين مكان جلوس المبحوثات في الفضاء التجاري.

النسب %	التكرارات	مكان الجلوس
0 %	0	المقهى النسائي
67,64 %	23	ساحة محل الأكلات
29,41 %	10	ساحة ألعاب الأطفال
2,94 %	1	داخل القاعات التجارية
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب الأماكن التي تجلس فيها في الفضاء التجاري. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة تجلس في ساحة محل الأكلات، حيث بلغت نسبتهم 67.64%، بينما تجلس 29.41% من أفراد العينة في ساحة ألعاب الأطفال. يظهر من الجدول أن أفراد العينة يفضلون الجلوس في ساحة محل الأكلات، مما قد يشير إلى أن هذا المكان هو الأكثر ملاءمة لهم.

الجدول رقم 14: يبين الأشخاص التي تصطحبهم المبحوثات معهن في الفضاء التجاري.

النسب %	التكرارات	الأشخاص المصطحبين
58,82 %	20	الصديقات
14,70 %	5	زميلات العمل / الدراسة
0 %	0	الأهل والأقارب
11,76 %	4	الجاراات والأحباب
14,70 %	5	الأولاد
0 %	0	الزوج والاولاد
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين يصطحبونهم معهم إلى الفضاء التجاري. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يصطحبن الصديقات، حيث بلغت نسبتهم 58.82%، بينما يصطحب 14.70% من أفراد العينة زميلات العمل / الدراسة.

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

يظهر من الجدول أن أفراد العينة يفضلن اصطحاب الصديقات معهن إلى الفضاء التجاري مما قد يشير إلى أن الصداقة تلعب دوراً مهماً في تجربة ارتياد الفضاء التجاري.

ثانياً: أسباب ارتياد الفضاء العمومي .

الجدول رقم 15: يبين الغاية من وراء ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري.

النسب %	التكرارات	الغايات
57,14 %	14	التسوق فقط
29,41 %	10	التسوق ولعب الأولاد
29,41 %	10	التسلية والترفيه
0 %	0	ملاقة الأخرى (زميلات صديقات)
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب الغاية من وراء ارتياد الفضاء التجاري. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة تتراد الفضاء التجاري للتسوق فقط، حيث بلغت نسبتهم 57.14% بينما تتراد 29.41% من أفراد العينة الفضاء التجاري للتسوق ولعب الأولاد أو للتسلية والترفيه. يظهر من الجدول أن أفراد العينة يفضلن ارتياد الفضاء التجاري للتسوق، مما قد يشير إلى أن التسوق هو أحد الأسباب الرئيسية لارتياح الفضاء التجاري. الجدول رقم 16: يبين القصد من ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري.

النسب %	التكرارات	المقاصد
35,29 %	12	قضاء وقت الفراغ المتعة والهواية
28,57 %	0	الهروب من الضغوطات الحياتية
29,41 %	10	الترفيه والتسلية
35,29 %	12	القضاء على الملل وتغيير المزاج
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب القصد من وراء ارتياد الفضاء التجاري. يظهر الجدول أن 35.29% من أفراد العينة تتراد الفضاء التجاري لقضاء وقت الفراغ والمتعة والهواية، أو للقضاء على الملل وتغيير المزاج، بينما تتراد 29.41% من أفراد العينة الفضاء التجاري للترفيه والتسلية. يظهر من الجدول أن أفراد العينة يفضلون ارتياد الفضاء التجاري لقضاء وقت الفراغ والمتعة والهواية، أو للقضاء على الملل وتغيير المزاج، مما قد يشير إلى أن الفضاء التجاري يلعب دورًا مهمًا في توفير الفرص الترفيهية والاجتماعية للنساء.

الجدول رقم 17: يبين تأثير ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري على حياتهن الاجتماعية.

النسب %	التكرارات	التأثيرات الاجتماعية
100 %	34	التخفيف من ضغوطات العمل / الدراسة
0 %	0	التخفيف من ضغط أسلوب الحياة بالمدينة
0 %	0	التخفيف من الضغوط الحياتية
0 %	0	التخفيف من المشاكل الاجتماعية
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب تأثير ارتياد الفضاء التجاري على حياتهم الاجتماعية. يظهر الجدول أن جميع أفراد العينة (100%) يرون أن ارتياد الفضاء التجاري يؤثر على حياتهم الاجتماعية من خلال التخفيف من ضغوطات العمل / الدراسة.

يظهر من الجدول أن أفراد العينة يرون أن ارتياد الفضاء التجاري له تأثير إيجابي على حياتهم الاجتماعية، حيث يساعد على التخفيف من ضغوطات العمل / الدراسة.

الجدول رقم 18: يبين تأثير ارتياد المبحوثات للفضاء التجاري على حياتهن النفسية.

النسب %	التكرارات	التأثيرات النفسية
29,41 %	10	الترفيه عن النفس
0 %	0	التخفيف من الضغوط النفسية
41,17 %	14	تغيير الحالة المزاجية
29,41 %	10	الترويح عن النفس
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب تأثير ارتياد الفضاء التجاري على نفسياتهم. يظهر الجدول أن 41.17% من أفراد العينة يرون أن ارتياد الفضاء التجاري يؤثر على نفسياتهم من خلال تغيير الحالة المزاجية، بينما يرى 29.41% من أفراد العينة أن ارتياد الفضاء التجاري يؤثر على نفسياتهم من خلال الترفيه عن النفس أو الترويح عن النفس.

يظهر من الجدول أن أفراد العينة يرون أن ارتياد الفضاء التجاري له تأثير إيجابي على نفسياتهم حيث يساعد على تغيير الحالة المزاجية والترفيه عن النفس.

الجدول رقم 19: يبين أسباب ارتياد المبحوثات للمركز التجاري.

النسب %	التكرارات	الأسباب
73,52 %	25	التسوق واقتناء الحاجيات
26,47 %	9	تناول المشروبات والمأكولات
0 %	0	تبادل أطراف الحديث مع النساء الأخريات
0 %	0	الجلوس بمفردك والبعد عن الناس
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب الغاية من ارتياد الفضاء التجاري. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة 73.52% يرون أن ارتياد الفضاء التجاري يكون من أجل التسوق واقتناء الحاجيات، بينما يرى 26.47% من أفراد العينة أن ارتياد الفضاء التجاري يكون من أجل تناول المشروبات الغازية.

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

ثالثاً: اثار ارتياد الفضاء العمومي .

الجدول رقم 20: وجهات نظر المبحوثات حول اثار ارتيادهن للفضاء العمومي (المركز التجاري)

الرقم	العبارة	دائماً	أحياناً	أبداً
		التكرار	التكرار	التكرار
		النسبة	النسبة	النسبة
1	أثر ارتيادك للفضاء العمومي مركز التجاري على نفسيتهك تأثير إيجابي.	34	0	0
		10%0	0%0	0%0
2	أثر ارتيادك للفضاء العمومي المركز التجاري على حياتك الاجتماعية تأثير إيجابي.	34	0	0
		10%0	0%0	0%0
3	أثر ارتيادك للمركز التجاري على بناء علاقات اجتماعية جديدة مع نساء أخريات.	10	9	15
		29.41%	26.47%	44.11%
4	أثر ارتيادك للمركز التجاري على نفسية وعقلية الأشخاص الذين تصطحبين معك إلى المركز أولاد أطفال، الزوج، مرافقات أخريات.	1	33	0
		2.94%	97.05%	0%0

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظرهم حول آثار ارتياد الفضاء العمومي. يظهر الجدول أن جميع أفراد العينة (100%) يرون أن ارتياد الفضاء العمومي له تأثير إيجابي على نفسيتهم وحياتهم الاجتماعية. كما يرى 29.41% من أفراد العينة أن ارتياد الفضاء العمومي له تأثير إيجابي على بناء علاقات اجتماعية جديدة مع نساء أخريات. في حين اشارت نسبة منهن قدرت بـ 44.11 ترين بأن ارتيادهن للمركز التجاري لم يؤثر على الاطلاق في بناء علاقات اجتماعية جديدة من نساء اخريات. وأشارت النسبة المقدرة بـ 97.05 % من مجموع المبحوثات بأن ارتيادهن للمركز التجاري أثر في بعض الأحيان على نفسية وعقلية الأشخاص الذين يصطحبن معهن الى المركز مثل الأولاد والأزواج والنساء المرافقات.

يظهر من الجدول أن أفراد العينة يرون أن ارتياد الفضاء العمومي له تأثير إيجابي على حياتهم حيث يساعد على تحسين الحالة النفسية وبناء علاقات اجتماعية جديدة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 21: بين آراء المبحوثات حول ارتيادهن للفضاء التجاري.

النسب %	التكرارات	الآراء
88,23 %	30	فضاء للتسوق
8,82 %	3	فضاء للتسلية والترفيه
0 %	0	فضاء للتخفيف من ضغوط المدينة
2,94 %	1	فضاء للتخفيف من ضغوط الحياة الاجتماعية
0 %	0	فضاء للتخفيف من الضغوط النفسية
100 %	34	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظرهم حول ارتياد الفضاء العمومي. يظهر الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة (88.23%) يرون أن ارتياد الفضاء العمومي هو فضاء للتسوق، بينما يرى 8.82% من أفراد العينة أن ارتياد الفضاء العمومي هو فضاء للتسلية والترفيه. يظهر من الجدول أن أفراد العينة يرون أن ارتياد الفضاء العمومي يخدم أغراضًا متعددة، حيث يمكن أن يكون فضاء للتسوق أو التسلية والترفيه.

رابعاً: النتائج.

بعد جمع المعلومات وتحليلها خلصنا الى عدد من النتائج نوردتها فيما يلي:

1- البيانات الشخصية للمبحوثات:

- تشكل النساء في الفئة العمرية 29-38 سنة النسبة الأكبر من العينة والمقدرة بـ 29.41، مما يدل على أن النساء في هذه المرحلة العمرية هن الأكثر تردداً على الفضاءات العمومية، وخاصة المراكز التجارية. يمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة تجمع بين النضج والاستقلالية، وغالباً ما تكون أكثر قدرة على اتخاذ قرارات استهلاكية والتمتع بحرية التنقل.
- نصف العينة بنسبة مقدرة بـ 50 بالمائة من النساء الجامعيات، ما يشير إلى أن التعليم العالي له دور واضح في تشكيل الاهتمام بالفضاءات العمومية. النساء المتعلّمات غالباً ما يكنّ أكثر وعياً بحقوقهن، وأكثر قدرة على التعامل مع الفضاءات العامة بثقة، ما يعزز من تواجدهن في المراكز التجارية.
- تمثل العازبات الشريحة الأكبر من العينة بنسبة قدرت بـ 44.11، تلي الفئة المخطوبة بنسبة 38.23% مما يدل على أن النساء غير المرتبطات (عازبات ومخطوبات) هي الفئة الأكثر تردداً على المراكز التجارية. يُفسّر هذا بكونهن يتمتعن بهامش أكبر من الحرية الشخصية، إضافة إلى اهتمام أكبر بالأنشطة الترفيهية والاجتماعية التي توفرها هذه الفضاءات.
- جميع أفراد العينة من ساكنات المدينة، مما يوضح أن الدراسة تنحصر في البيئة الحضرية، حيث تنتشر الفضاءات التجارية الحديثة. هذا يعني أن نتائج الدراسة لا تعكس واقع النساء في الريف أو في المناطق شبه الحضرية، ويجب أخذ هذا بعين الاعتبار عند تعميم النتائج.

2- مظاهر ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية):

- تُفضّل النساء ارتياد المراكز التجارية في الفترة الصباحية بنسبة قدرت بـ 64.70، مما قد يُفسّر باعتبار هذا الوقت أكثر أماناً، راحة، وهدوءاً، إضافة إلى توفر الوقت قبل الانشغال بالأعباء الأسرية أو الاجتماعية لاحقاً في اليوم.
- يتزايد ارتياد النساء للفضاءات التجارية خلال العطل المدرسية بنسبة قدرت بـ 64.70، ما قد يُعزى إلى توفر وقت الفراغ وغياب الالتزامات اليومية، مما يخلق فرصة مثالية للترفيه والتسوق، سواء مع الأبناء أو بمفردهن.
- تُظهر البيانات أن النساء يُفضلن زيارة المراكز التجارية في المناسبات الخاصة (مثل الأعياد أو الأعراس) بنسبة قدرت بـ 70.58، مما يُبرز البُعد الاستهلاكي والاجتماعي للزيارة، حيث ترتبط غالباً بالتحضير أو اقتناء احتياجات مناسبة معينة.

- تقضي أغلب النساء وقتاً يتراوح بين ساعة وساعتين في المركز التجاري بنسبة قدرت بـ 55.88 ما يشير إلى أن الزيارة ليست عابرة بل تشمل أنشطة متعددة كالسوق، تناول الطعام أو الاسترخاء مما يدل على راحتهم داخل هذا الفضاء.
 - تُفضل النساء الجلوس في أماكن تناول الطعام بنسبة قدرت بـ 67.64، مما يعكس طبيعة الفضاء التجاري كمكان للقاء الاجتماعي وليس فقط للتسوق. يمكن تفسير ذلك بأن ساحة الأكل توفر بيئة آمنة، مفتوحة ومناسبة للاسترخاء أو اللقاء مع الصديقات.
 - أغلب النساء يصطحبن صديقاتهن بنسبة قدرت بـ 58.82، هذا لأنه غالبية المبحوثات عازبات ومخطوبات، مما يؤكد أهمية البعد الاجتماعي والصدقة في تجربة ارتياد الفضاء العمومي. يُمكن فهم ذلك باعتباره وسيلة للترفيه والدعم النفسي، ويعزز الإحساس بالأمان والراحة خلال التنقل.
- 3- أسباب ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية).
- تُبين البيانات أن السبب الأبرز الذي يدفع النساء لزيارة المراكز التجارية هو التسوق بنسبة قدرت بـ 57.14، مما يدل على أن الفضاء التجاري يُعتبر أولاً فضاءً استهلاكياً بالدرجة الأولى، سواء لاقتناء الحاجيات اليومية أو الملابس والمنتجات الأخرى.
 - بالرغم من أن التسوق هو الدافع المباشر، إلا أن الجانب النفسي والترفيهي يشكّل سبباً مهماً أيضاً وهو ما اشارت اليه النسبة المقدرة بـ 35.29. يُظهر ذلك أن النساء يجدن في هذه الفضاءات بيئة مناسبة لكسر الروتين اليومي، والتخلص من الملل والضغط النفسي.
 - جميع النساء اتفقن على أن زيارة الفضاء التجاري تُحسن حياتهن الاجتماعية، من خلال خلق نوع من التوازن النفسي والاجتماعي، وهذا يدل على أن هذه الفضاءات تُعتبر ملاذاً للهروب المؤقت من متطلبات الحياة اليومية.
 - تُبرز هذه النسبة أن الفضاء التجاري لا يخدم فقط الأغراض المادية والاجتماعية، بل يلعب دوراً في تحسين الحالة النفسية بنسبة قدرت بـ 41.17، وهو ما يدل على أن النساء يستخدمن هذا الفضاء كوسيلة للترفيه الذاتي وتعديل المزاج بشكلٍ واعي.
 - تؤكد هذه النسبة المرتفعة المقدرة بـ 72.52 أن التسوق يظل المحرك الأساسي الذي يدفع النساء لارتياح هذه الفضاءات، وهو ما يتماشى مع النتيجة الأولى، ويعكس أن المركز التجاري يؤدي وظيفة استهلاكية أساسية، دون أن يُهمل الجوانب الاجتماعية والترفيهية.

4- آثار ارتياد النساء للفضاءات العمومية (المراكز التجارية).

- وجد بأن هناك إجماع تام بين أفراد العينة على أن ارتياد المراكز التجارية يساهم في تحسين الحالة النفسية والتوازن الاجتماعي للمرأة. هذا يعكس أن هذه الفضاءات تُعد متنفسًا حقيقيًا وداعمًا نفسيًا واجتماعيًا.
- تُظهر النسبة المقدرة بـ 44.11 أن أكثر من ثلث المشاركات لا يعتبرن أن ارتياد الفضاء العمومي يخلق صداقات أو علاقات جديدة، مما يعني أن الجانب التفاعلي الاجتماعي قد لا يكون أولوية أو لا يحدث تلقائيًا داخل هذه الفضاءات، وربما يتم الارتياح بنمط فردي أو مع رفقة مألوفة فقط.
- تُشير النسبة المرتفعة المقدرة بـ 97.05 إلى إدراك النساء لتأثير زيارات المركز التجاري على مرافقهن خاصة من ناحية الجهد، الوقت، أو الانفعالات النفسية، سواء إيجابية أو سلبية. وهذا يُبرز أن التجربة ليست معزولة، بل تمس المحيط العائلي والاجتماعي للمرأة.
- تُعبر النسبة المعتبرة المقدرة بـ 88.23 عن استمرارية الفضاء التجاري كمؤسسة استهلاكية بالدرجة الأولى في نظر النساء، بينما تحتل الوظائف الترفيهية مرتبة ثانوية. ويؤكد هذا أن الغرض العملي (اقتناء السلع) هو الدافع المهيمن، على الرغم من وجود عناصر ترفيهية.

خامساً: الاستنتاج العام:

خلصنا الى استنتاجات عامة نوردتها فيما يلي:

1- الاستنتاجات العامة:

- خصائص المبحوثات تشير إلى أن النساء اللواتي يتمتعن بمستوى تعليمي عالٍ، واستقلالية اجتماعية، ويعشن في بيئة حضرية، هن الأكثر استخدامًا واهتمامًا بالفضاءات العمومية مثل المراكز التجارية. وهو ما يعكس وعياً أعلى، واحتكاكاً أكبر بالأنشطة الاستهلاكية والثقافية المرتبطة بالحياة العصرية.
- تُظهر البيانات أن النساء في مدينة الأغواط يُفضّلن ارتياد المراكز التجارية في أوقات الصباح وخلال العطل المدرسية، وخصوصاً في المناسبات الخاصة. يقضين عادة ساعة إلى ساعتين داخل المركز ويملن للجلوس في ساحة الأكلات، غالباً برفقة الصديقات.
- تدل المعطيات الميدانية على أن ارتياد الفضاء العمومي بالنسبة للنساء لا يقتصر على التسوق بل يُعد تجربة اجتماعية وترفيهية متكاملة، تتم ضمن ظروف زمنية ومكانية محددة تعتبرها النساء "ملائمة وآمنة".
- تُظهر المعطيات أن الدافع الأول لارتباط النساء بالفضاء العمومي (المركز التجاري) هو التسوق واقتناء الحاجيات، بينما تحتل الأسباب النفسية والاجتماعية (مثل الترفيه وتخفيف الضغوط وتعديل المزاج) مكانة بارزة كذلك. ويشير هذا إلى أن المركز التجاري لا يُنظر إليه فقط كفضاء اقتصادي، بل أيضاً كفضاء اجتماعي ونفسي مهم بالنسبة للنساء، يوفر لهن الترفيه، التفاعل الاجتماعي، ووسيلة للهروب من ضغوط الحياة.
- ترى النساء أن ارتياد الفضاء العمومي، وخاصة المراكز التجارية، يُحدث أثراً إيجابية واضحة على نفسيتهن وحياتهن الاجتماعية، مما يجعلهن يعتبرنه مساحة ضرورية لتجديد الطاقة النفسية ومتنفساً للهروب من الروتين. ورغم هذا التأثير، فإن أغلب النساء لا يرون فيه فضاء لبناء علاقات جديدة، بل تظل وظيفته الأساسية مرتبطة بالتسوق. كما يُؤثر أحياناً على مرافقي المرأة (كالأولاد أو الأزواج)، مما يعكس أن هذه الفضاءات لا تقتصر في تأثيرها على الفرد، بل تمتد إلى المحيط الأسري والاجتماعي أيضاً.

2- تحليل ومناقشة النتائج:

✓ تشير النتائج إلى أن النساء الأكثر ارتيادًا للفضاءات العمومية هن من الطبقة المتعلمة، المستقلة اجتماعيًا، والساكنة في الوسط الحضري. هذا يتماشى مع الأدبيات السوسولوجية التي تؤكد أن التحرر النسبي والتعليم والتمدّن تُمكن المرأة من ممارسة حقها في استخدام الفضاء العام. كما أن الانخراط في الحياة الحضرية الحديثة يجعل من ارتياد المركز التجاري نشاطًا اعتياديًا يُمارس بثقة ووعي.

✓ كلما ارتفع مستوى التعليم وزادت الاستقلالية، زاد وعي المرأة بحقها في استعمال الفضاء العام ما يُعزز من مشاركتها الفعلية في الحياة الاقتصادية والاجتماعية.

✓ أظهرت النتائج أن النساء يُفضّلن ارتياد المراكز في الصباح وخلال العطل والمناسبات، وغالبًا برفقة الصديقات، ويقضين وقتًا متوسطًا داخل الفضاء التجاري. هذا يدل على أن النساء ينتقين بعناية أوقات ارتيادهن بما يتوافق مع اعتبارات الخصوصية والأمان والراحة. كما يُظهر أن الفضاء التجاري أصبح بالنسبة لهن فضاءً مخصصًا للترفيه الاجتماعي وليس مجرد مكان للشراء، وهذا يعكس تطورًا في ثقافة الاستهلاك لدى المرأة.

✓ الزمن الذي تختاره المرأة للدخول إلى الفضاء العام مؤشر ضمني على إدراكها لطبيعة هذا الفضاء (من حيث الأمان والكثافة)، وهو ما يعكس حسًا تنظيميًا نابعًا من تجارب ميدانية متراكمة.

✓ من الملفت أن الفضاء التجاري يُمثل للنساء تجربة اجتماعية وترفيهية متكاملة، لا تقتصر على الشراء فقط، بل تمتد إلى التواصل، التسلية، وكسر الروتين. هذا يُقوّض الصورة النمطية للمرأة في الفضاء العمومي باعتبارها مجرد مستهلكة سلبية، ويعزز من تصور كفاعلة اجتماعية تستغل الفضاء العام بطرق متنوعة ذات أبعاد نفسية واجتماعية.

✓ الفضاء التجاري بات يُمثل للنساء نوعًا من "الحق في المدينة"، من خلال التفاعل مع المجتمع والمحيط الحضري، والبحث عن تجارب تُجدد الذات بعيدًا عن الأدوار المنزلية التقليدية. كما أوضحت النتائج أن التسوق يظل الوظيفة الأساسية لزيارة النساء للمراكز، إلا أن الأبعاد النفسية (كالترويح عن النفس) والاجتماعية (كالتفاعل والتسلية) تأخذ مكانة موازية. هذا يُشير إلى تحوّل المراكز التجارية إلى مراكز حياة حضرية مصغّرة، تحتضن النشاط الاستهلاكي إلى جانب الخدمات الترفيهية والعلاقات الاجتماعية، وهو ما يعكس تطور نمط الحياة اليومية للمرأة الجزائرية.

✓ المركز التجاري اليوم لم يعد فقط "سوقًا"، بل أصبح "منصة حضرية" تتقاطع فيها حاجات النساء النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية. بحيث ترى النساء أن ارتيادهن للمراكز التجارية يحسّن من حالتهن النفسية، ويمنحهن فرصة للابتعاد عن الضغوط، ولكنه لا يُعد وسيلة لبناء صداقات جديدة.

✓ الملاحظة المهمة أن هذا التأثير الإيجابي يمتد إلى المحيط العائلي، حيث يتأثر الأبناء أو الأزواج من خلال هذه الزيارات، مما يُظهر أن الفضاء العام له أثر تفاعلي يتجاوز الفرد.

✓ المرأة حينما تنخرط في الفضاء العام، فإنها لا تُمارس فعلاً فردياً فقط، بل تُعيد تشكيل التوازنات النفسية والاجتماعية داخل الأسرة أيضاً.

• تعكس نتائج الدراسة تحوُّلاً تدريجياً في نظرة المرأة الجزائرية للفضاء العمومي، من كونه مجالاً "وظيفياً" إلى كونه مساحة متعددة الوظائف تُلبّي الحاجات النفسية، الاجتماعية، الثقافية والاستهلاكية. ومع أن الجانب الاقتصادي (التسوق) لا يزال هو الغالب، إلا أن الأبعاد غير المادية أصبحت مركزية أيضاً في تجربة النساء مثل البعد النفسي والاجتماعي.

3- التوصيات والمقترحات:

• تعزيز معايير الأمان والنظافة في المراكز التجارية، خاصة في الأوقات التي تُفضّلها النساء (مثل الصباح والعطل والمناسبات)، لجعل الفضاء أكثر جذباً واستمرارية في الاستخدام.

• إعداد مرافق خاصة بالنساء والأطفال، مثل ساحات جلوس مخصصة، غرف للرضاعة، أماكن آمنة للعب الأطفال، لتشجيع النساء على ارتياد الفضاء التجاري برفقة أسرهن دون معاناة أو توتر.

• توسيع الأنشطة الثقافية والاجتماعية داخل المركز التجاري، مثل تنظيم ورشات نسائية، معارض للمنتجات المحلية، أو عروض ترفيهية خفيفة تستهدف النساء وتتناسب مع خصوصيتهن مما يُحول المركز إلى فضاء تفاعلي متنوع وليس فقط استهلاكي.

• تحفيز مشاركة النساء في الأنشطة العامة داخل المركز التجاري، من خلال إشراك النساء في تنظيم الأنشطة أو العمل التطوعي أو حتى في اتخاذ القرار داخل إدارات المراكز، لتعزيز الشعور بالانتماء والملكية المجتمعية للفضاء.

• توفير خدمات الدعم النفسي والاجتماعي، مثل مكاتب استماع أو إرشاد داخل بعض المراكز الكبيرة، أو شراكات مع مختصات في الصحة النفسية، نظراً لارتباط ارتياد الفضاء بالتخفيف من الضغوط النفسية.

• تشجيع التفاعل الاجتماعي المُنتج، رغم أن النساء لا يعتبرن المراكز فضاء لبناء علاقات جديدة إلا أنه يمكن اقتراح مبادرات تُشجع على التفاعل الإيجابي (مثل مقاهي القراءة النسوية، أو نوادٍ مصغرة داخل المركز التجاري).

• دعم البرامج المحلية التي تستهدف النساء في الفضاءات العمومية، وذلك بتعاون بين البلديات المجتمع المدني، وإدارات المراكز التجارية، لتطوير مشاريع موجهة للنساء تهدف لتحسين تجربة ارتيادهن لهذه الفضاءات.

- الترويج لثقافة "الحق في الفضاء العام، وذلك عبر حملات توعوية تبرز أهمية وجود المرأة في الفضاء العام، ليس كـ "مستهلكة"، بل كمواطنة فاعلة، بما يساهم في إعادة تشكيل النظرة المجتمعية للمرأة في المجال العام.
 - إجراء دراسات دورية وتقييمات مستمرة، حول احتياجات النساء في الفضاءات العمومية، وتغيير سلوكياتهن الاستهلاكية والاجتماعية، لضمان استجابة السياسات للواقع الميداني.
- نهدف من وراء عرض هذه التوصيات إلى تحويل الفضاء العمومي (وخاصة المراكز التجارية) إلى بيئة آمنة متعددة الوظائف، مشجعة على التفاعل الاجتماعي، وتدعم الاحتياجات النفسية والاجتماعية للنساء، مع الحفاظ على طابعه الاقتصادي. كما أنها تسعى إلى دمج النساء بفاعلية في الحياة الحضرية والمجتمعية، بما يتماشى مع تحولات الأدوار والنظرة الجديدة للمرأة في المجتمع الجزائري.

خاتمة

- الخاتمة:

تُبرز دراستنا الميدانية أن ارتياد النساء للمراكز التجارية بمدينة الأغواط لا يقتصر على البُعد الاستهلاكي، بل يتجاوز ذلك ليشكل تجربة اجتماعية ونفسية متكاملة تعكس تحولات عميقة في علاقة المرأة بالفضاء العمومي. فقد بيّنت النتائج أن النساء، وخصوصًا ذوات المستوى التعليمي العالي والاستقلالية الاجتماعية، هن الأكثر ترددًا على هذه الفضاءات، في أوقات محددة تعتبرها النساء آمنة ومريحة، مثل الصباح والعطل والمناسبات.

كما أظهرت الدراسة أن الدافع الأساسي لزيارة المراكز التجارية يتمثل في التسوق، غير أن دوافع أخرى لا تقل أهمية، مثل الترفيه، الهروب من الضغوط، وتحسين المزاج، تلعب دورًا بارزًا. وهذا ما يجعل من المركز التجاري فضاءً ذا طابع نفسي واجتماعي، يساهم في دعم التوازن الشخصي والعائلي للمرأة.

ورغم هذا التفاعل الإيجابي مع الفضاء العمومي، تبين أن أغلب النساء لا يعتبرن هذه الفضاءات مجالًا لبناء علاقات اجتماعية جديدة، بل يُفضّلن التفاعل ضمن شبكاتهن الاجتماعية القائمة، خصوصًا من خلال مرافقة الصديقات. كما أن هذا التفاعل لا ينعكس فقط على المرأة بل يمتدّ إلى محيطها الأسري والاجتماعي.

بناءً على هذه النتائج، يتضح أن حضور المرأة في الفضاء العمومي بات حاجة أساسية وليس ترفًا، وهو ما يتطلب تهيئة هذا الفضاء ليكون أكثر استجابة لاحتياجاتها، من حيث الأمان، الراحة وتعددية الأدوار الوظيفية. ويُشكل هذا المعطى مؤشرًا على تحوّل اجتماعي يستوجب مواكبته بسياسات محلية تأخذ بعين الاعتبار دور المرأة في المجال العام وتدعم مشاركتها النشطة فيه.

قائمة المراجع

- المعاجم والقواميس:

1. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، لبنان، مجلد 14، 2003،

- الكتب:

2. ابراهيم مذكور: المعجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1975
3. أحمد النكلاوي، النظرية في تخطيط المدن في : دراسات مصرية في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، جامعة القاهرة، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، 2002
4. حسن عبد الحميد أحمد رشوان، علم اجتماع المرأة، المكتب الجامعي الحديث، 1998، ص 312.
5. حسين عبد الحميد احمد رشوان: علم الاجتماع الريفي المكتب العربي الحديث 2003
6. رشاد أحمد عبد اللطيف، تنمية المجتمع المحلي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، ص19.
7. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية_ دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2002
8. السيد، الحسني، دراسة في علم الاجتماع الخضري، ط2، دار المعارف، الاردن، 1981
9. عبد الطيف محمد خليفة، إرتقاء القيم (دراسة نفسية)، المجلس الوطني لثقافة والفنون والآداب، الكويت، ص.58
10. عبد المجيد لطفي، علم إجتماع، ط7، دار المعرفة، القاهرة، 1976
11. فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002
12. نبيل ابو دية: من النهضة إلى الحداثة تاريخ المعارة الاوروبية ونظرياتها، الجامعة الأردنية، الاردن، 2001

- المجالات العلمية:

13. بن شعبي محمد. المرأة الجزائرية بين الفضاء الأسري والفضاء العمومي، التحوّلات والنتائج. مجلة المواقف، المجلد 19، العدد 1 الجزائر، 2023. <https://asjp.cerist.dz/en/article/224966>

- الرسائل الجامعية:

14. أمال صبرينة قداري. النوع الاجتماعي وتقسيم الفضاء العام. دراسة بمدينة تيارت، مذكرة ماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة تيارت، السنة الجامعية 2022. 2023.
15. أمال صبرينة قداري. النوع الاجتماعي وتقسيم الفضاء العام. دراسة بمدينة تيارت، مذكرة ماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة تيارت، السنة الجامعية 2022. 2023.
16. بلقاسم أمين بن عمرة: دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات المعرفية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي (أطروحة دكتوراه علوم الاعلام و الاتصال)، جامعة عبد الحميد بن باديس ، كلية العلوم الاجتماعية ، 2017/2018
17. رابع ربوح، خثير سيد احمد، فضاء المقهى وتشكل الجماعة في المنطقة الحضرية، دراسة ميدانية بمقاهي مدينة تيارت، مذكرة ماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة تيارت، 2021. 2022.
18. سعداوي الزهرة، الآفاق المستقبلية لعمل المرأة في المجتمع الجزائري دراسة ميدانية بولاية سيدي بلعباس حول الإتجاهات المهنية المستقبلية للطلبة الجامعية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، السنة الجامعية 2010.2011

قائمة المصادر والمراجع

19. صابر بن عائشة، الفضاءات العمومية في الجزائر بين التصميم والاستخدام : دراسة حالة الساحات العمومية في مدينة باتنة أطروحة دكتوراه في الهندسة المعمارية، جامعة سطيف 1، السنة الجامعية 2021 .
<http://dspace.univ-setif.dz:8888/jspui/handle/123456789/3920>.2022

- المراجع باللغة الأجنبية:

20. Sana Benbelli, *Les nouvelles formes de sociabilité féminine à Casablanca: cas des serveuses de cafés, thèse de doctorat en Sciences Sociales, sous la direction de Hayat Zirari. Faculté des Lettres et des Sciences Humaines Aïn Chock- Université Hassan II de Casablanca, 2018-2019.*

<https://ribatalkoutoub.com/?p=2975>

الملاحق

استمارة الاستبيان

المحور الأول: البيانات الشخصية.

- 1- المستوى العمري: أقل من 18 سنة - 19 - 28 سنة - 29 - 38 سنة - 39 - 48 سنة - 49 سنة فأكثر
- 2- المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- 3- الحالة الاجتماعية: عازبة مخطوبة متزوجة مطلقة أرملة
- 4- مقر الإقامة: المدينة مركز شبه حضري البادية الريف

المحور الثاني: مظاهر ارتياد النساء للفضاء العمومي (المركز التجاري).

- 5- تترتادي الفضاء التجاري أميرة في زمن؟ (يمكن اختيار عدد من البدائل)
الصباح القيلولة المساء السهرة
- 6- تترتادي الفضاء التجاري الأميرة في أوقات؟ (يمكن اختيار عدد من البدائل)
عطلة نهاية الأسبوع العطلة المدرسية عطلة العمل المناسبات الحفلات التي تقام بالمركز التجاري باقي أيام الأسبوع
- 7- تترتادي المركز التجاري أميرة خلال الشهر؟
مرة مرتين ثلاث مرات ارباع مرات خمس مرات فأكثر
- 8- تقضي من الوقت وأنت في الفضاء التجاري أميرة؟
أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين من ساعتين الى اربع ساعات اربع ساعات فأكثر
- 9- تجلسين في الفضاء التجاري أميرة؟
المقهى النسائي ساحة محل الأكلات ساحة ألعاب الأطفال داخل القاعات التجارية
- 10- الأشخاص اللواتي تصطحبين معك الى الفضاء التجاري في غالب الأحيان؟
الصديقات زميلات العمل/الدراسة الأهل والأقارب الجارات الأحباب الأولاد الزوج والاولاد

المحور الثالث: أسباب ارتياد النساء للفضاء العمومي (المركز التجاري)

- 11- الغاية من وراء ارتياد الفضاء التجاري أميرة هي؟
التسوق فقط التسوق ولعب الأولاد الترفيهية والترفيه ملاقات الأخرى (زميلات/صديقات)
- 12- المقصد من وراء ارتياد الفضاء التجاري أميرة هي؟
قضاء وقت الفراغ المتعة والهواية الهروب من الضغوطات الحياتية الترفيه والتسوية
القضاء على الملل وتغيير المزاج
- 13- ارتيادك للفضاء التجاري يؤثر على حياتك الاجتماعية من خلال؟
التخفيف من ضغوطات العمل/الدراسة
التخفيف من ضغط أسلوب الحياة بالمدينة
التخفيف من الضغوط الحياتية
التخفيف من المشاكل الاجتماعية
أخرى أذكرها

14- ارتيادك للفضاء التجاري يؤثر على نفسيتك من خلال؟ (يمكن اختيار عدد من البدائل)

الترفيه عن النفس

التخفيف من الضغوط النفسية

تغيير الحالة المزاجية

الترويح عن النفس

أخرى أذكرها:.....

15- ارتيادك للفضاء التجاري أميرة من أجل؟

التسوق واقتناء الحاجيات

تنازل المشروبات والمأكولات

لعب الأطفال الذين تصطحبين معك

تبادل أطراف الحديث مع النساء الأخريات

الجلوس بمفردك والبعد عن الناس

المحور الرابع: آثار ارتياد الفضاء العمومي (المركز التجاري)

16- أثر ارتيادك للفضاء العمومي مركز التجاري أميرة على نفسيتك تأثير إيجابي؟

دائماً أحيانا أبداً

17- أثر ارتيادك للفضاء العمومي المركز التجاري أميرة على حياتك الاجتماعية تأثير إيجابي؟

دائماً أحيانا أبداً

18- أثر ارتيادك للمركز التجاري أميرة على بناء علاقات اجتماعية جديدة مع نساء أخريات؟

دائماً أحيانا أبداً

19- أثر ارتيادك للمركز التجاري أميرة على نفسية وعقلية الأشخاص الذين تصطحبين معك الى المركز (أولاد،

أطفال، الزوج، مرافقات أخريات...)?

دائماً أحيانا أبداً

20- كيف ترين ارتيادك للفضاء العمومي المركز التجاري أميرة؟

فضاء للتسوق

فضاء للتسلية والترفيه

فضاء للتخفيف من ضغوط المدينة

فضاء للتخفيف من ضغوط الحياة الاجتماعية

فضاء للتخفيف من الضغوط النفسية

أخرى أذكرها:.....