

الصورة القيمية للمرأة الجزائرية من خلال موقع تيك توك

- دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات التطبيق -

The value- image of the Algerian women according to the Tik-Tok application

-an analytical study on a sample of the application videos-

فارس فزاع^{1*} ، سميحة يونس²

¹ جامعة محمد البشر الإبراهيمي برج بوعريريج (الجزائر) ، مخبر الدراسات والبحوث في التنمية ، الإيميل fares.fezzaa@univ-bba.dz

² جامعة محمد البشر الإبراهيمي برج بوعريريج (الجزائر) ، مخبر الدراسات والبحوث في التنمية ، الإيميل samiha.younes@univ-bba.dz

ملخص: تهدف هذه الدراسة الى التعرف على الصورة القيمية للمرأة الجزائرية من خلال موقع التيك توك، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي باعتباره انسب المناهج البحثية لمثل هذه الدراسات، حيث قمنا بتحليل محتوى 80 فيديو من فيديوهات التطبيق عن طريق الاختيار العشوائي نظر لصعوبة حصر جميع مفردات الدراسة، كما تم الاعتماد على أداة تحليل المضمون، التي ضمت فئات التحليل من حيث الشكل والمحتوى، وضمت كل فئة عددا من العناصر والمؤشرات. ليتضح لنا من خلال نتائج الدراسة أن أغلب ظهور للمرأة كان في مشاهد رقص وأغاني، ومضامين غير هادفة مصحوبة بممارسات دخيلة، تعبر عن قيم غريبة تتناقى مع قيم المجتمع الجزائري، والصورة القيمية النمطية للمرأة الجزائرية على وجه الخصوص.

الكلمات المفتاح: صورة ؛ قيم ؛ صورة قيمية ؛ تيك توك.

Abstract: This study aims to identify/ to recognise the value- image of the Algerian women through the Tik-Tok application. A Descriptive- Analytical methodology has been considered as the most appropriate research method for such studies and it entails the content analysis of 80 videos which have been taken from the Tik-Tok application at random in terms of form and content. The analysis of each of these categories has shown that each category contains a number of elements and indicators As a result, the survey/ or the study has shown that most of the video- clips under study were all about songs, dancing scenes and many non- targeted contents with strange practices that express foreign values which do not correspond with the value- stereotypical image of the Algerian society in general and the Algerian women in particular.as a result, the survey/ or the study has shown that most of the video- clips under study were all about songs, dancing scenes and many non- targeted contents with strange practices that express foreign values which do not correspond with the value- stereotypical image of the Algerian society in general and the Algerian women in particular.

Keywords: Image, Values, The value image, Tik-Tok.

1- مقدمة

تعتبر الصورة القيمة ذات دلالات معرفية وإيديولوجية تحاكي واقعية الممارسة الثقافية تعبر بها الذات التي تنتجها والتي تتلقاها عن انتمائها الاجتماعي واستعمالاتها القيمة داخل الجماعة، وحيثياتها السيكلوجية ودوافعها اللاشعورية و استعمالاتها الثقافية فهي تعبر عن رؤى نفسية، ومنظورات اجتماعية، ولقد تعددت الرؤى في بلورة الصورة القيمة من الواقع المعاش الى الواقع الافتراضي في ظل التغيرات الكمية والنوعية في جميع مجالات الحياة الإنسانية، لاسيما في ظل الثورة التكنولوجية التي عرفت وسائل الاتصال على مستوى الوسيلة، والتي حررت مستخدمي تكنولوجيا الاتصال من الوسائل التقليدية إلى وسائل أكثر تطوراً، وفي ظل هذا التطور الهائل يرى بعض خبراء علم الاجتماع التكنولوجي أن تكنولوجيا الاتصال، وفي مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي تحمل في طياتها إيديولوجية استلابية تقوم على تفرغ الانسان من محتواه الذاتي، حتى لو ظن المستخدم أو الناشط أنه على عكس ذلك يقوم بتفريغ محتواه الذاتي عبر تكنولوجيا الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق توظيفه لبث ونشر المحتوى الذي ينتجه أو يؤيده، وفي نفس الوقت ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في إمالة اللثام عن جانب من جوانب الانحلال القيمي الذي تعرفه المجتمعات العربية في ظل المخلفات التي افرزتها العولمة التي جعلت من العالم قرية صغيرة امتزجت فيها الثقافات المختلفة، وبعد تطبيق تيك توك هو أحد المواقع التي استطاعت تحقيق انتشار كبير بما تحتويه من مميزات تحاكي الجوانب الصوتية و الصورة، وأضحى عبارة عن نافذة يستعرض فيها أفراد المجتمع الجزائري قيما وصورا بعيدة كل البعد عن قيمنا الأصيلة، وقد استهدفت دراستنا التعرف على الصورة القيمة للمرأة الجزائرية على تطبيق تيك توك باعتبار أن المرأة تحاكي المجتمع في كليتها ضمن سياقات رمزية ودلالات معيارية، تحاكي السلم القيمي للمجتمع المتواجدة فيه ناهيك عن الأطر الثقافية والدينية للمجتمع ذاته، وباعتبار أن المرأة هي الحاضنة لجميع الافراد الذي ينتمون اليها، و من أهم العناصر المكونة لبناء الاجتماعي، وأي خلل في قيم المرأة ينتج عليه خلل على مستوى البناء الاجتماعي ككل، لذلك هدفنا إلى تحليل محتوى المضامين التي تعرضها المرأة الجزائرية على تطبيق التيك توك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف تظهر الصورة القيمة للمرأة الجزائرية من خلال موقع تيك توك؟.

2. تساؤلات الدراسة:

1.2 ماهي الاساليب الفنية واللغة التي تستخدمها المرأة الجزائرية في عرض الفيديوهات الخاصة بها عبر موقع تيك توك؟

2.2 ما نوعية المضامين التي تقدمها المرأة الجزائرية على موقع تيك توك؟

3.2 ماهي الصورة القيمة التي تعكسها المرأة الجزائرية من خلال الممارسات التي تقوم بها على موقع تيك توك؟

3. أهمية الدراسة:

تستمد أي دراسة علمية أهميتها من تلك القضايا التي تتناولها والإسهامات التي يمكن أن تقدمها في حل قضايا ومشكلات المجتمع، ولا شك أن موضوع " الصورة القيمة للمرأة الجزائرية من خلال موقع تيك توك " يكتسي أهمية بالغة على المستوى النظري والعملي، وذلك نظرا للاعتبارات الموضوعية التالية:

- إن دراسة الصورة القيمة للمرأة الجزائرية على موقع التيك توك، تعد مسألة جوهرية وذات أهمية بالغة، خاصة وأنها تأتي في وقت يشهد انتشارا واسعا لموقع التيك توك، وإقبالا كبيرا في الاستخدام لا سيما من طرف الفئة الأثوية في المجتمع الجزائري على غرار الفئات الأخرى.
- تسمح لنا الدراسة الراهنة بتحديد معالم المنظومة القيمة السائدة لدى المرأة الجزائرية، وذلك من خلال محاولة التعرف على الصورة القيمة التي تعكسها المرأة الجزائرية من خلال مختلف الممارسات التي تقوم بها على موقع التيك توك.
- تسعى هذه الدراسة الى فهم طبيعة التغيرات التي طرأت على النسق القيمي للمرأة الجزائرية، وتفسير المواقف وأنماط السلوك السائدة في ظل استخدام موقع التيك توك باعتباره من بين الوسائط الاتصالية الأكثر استخداما في الآونة الاخيرة، والذي لاقي رواجاً كبيراً في الساحة العالمية والمحلية من مختلف الفئات العمرية.

4. أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق الاهداف التالية:

- التعرف على الاساليب الفنية واللغة التي تستخدمها المرأة الجزائرية في عرض الفيديوها الخاصة بما عبر موقع التيك توك.
- التعرف على مختلف المضامين التي تقدمها المرأة الجزائرية على موقع التيك توك.
- رصد وكشف الصورة القيمة التي تعكسها المرأة الجزائرية من خلال الممارسات التي تقوم بها على موقع التيك توك.

4. تحديد المفاهيم

1.4 الصورة: الصورة عبارة عن رموز بصرية، أشكال، ألوان، وحركات تحمل دلالات ومعاني، فالرمز يحمل معنى بحسب الكلمات او المخططات او رسوم او حركات او اشارات.

كما أن الصورة في ابط معانيها تعني نقل الواقع بحيث تتحقق عملية الاتصال وهذا النقل للواقع لا يشترط فيه ان يتم عن طريق الصورة المطبوعة على الورق الحساس أو العادي، فقد تكون صورة صوتية لنقل حدث معين، أو صورة حركية أو صورة موسيقية، إذا فالصورة كلمة جامعة شاملة لكننا الفنا ربطها بالصورة المطبوعة او المرئية لعموميتها. (سليمان، 2014، ص 172)

2.4 القيم: مجموعة من المبادئ والمعايير العامة التي يؤمن بها غالبية أفراد المجتمع، وموجهات لسلوك الافراد نحو السلوك المقبول اجتماعيا، ويكتسبها الأفراد عن طريق عمليات التنشئة الاجتماعية المختلفة التي تقوم بها مؤسسات التنشئة الاجتماعية وتتسم بالاستقرار النسبي، ويتم التعرف عليها من خلال السلوكيات المتنوعة للأفراد في المواقع الاجتماعية المختلفة. (الظاهر و المعماري، 2013، ص 34)

وهي أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية يشترها الفرد ويحكم بها وتحدد مجالات تفكيره وتحدد سلوكه وتؤثر في تعلمه وهي كذلك معتقدات عما هو مرغوب فيه ومرغوب عنه، وهي انعكاس لثقافة المجتمع، كما يمكن أن تصبح هدفا لديه كما أنها المبادئ الجماعية التي يؤمن بها المجتمع ويعتز بها ويحرص عليها، ولذلك فهي ذات صفة جماعية بعكس الاتجاهات التي لها صفة شخصية. (جبير، 2015، ص 17).

وفي هذه الدراسة نقصد بالصورة القيمة: هي مجموعة الافعال والممارسات والانماط السلوكية، التي تحمل دلالات رمزية، والتي على أساسها يمكننا تشكيل صورة واضحة عن نوعية القيم التي تبناها المرأة الجزائرية وتعرضها على موقع تيك توك.

3.4 تطبيق التيك توك:

هو شبكة اجتماعية صينية لمقاطع الفيديو الموسيقية، تم إطلاق التطبيق سنة 2016، يسمح بتصوير فيديو لمدة 60 ثانية مع إضافة مؤثرات ومشاركته مع الاصدقاء، تعتبر شبكة التيك توك منصة رائدة في مقاطع الفيديو القصيرة، أصبح هذا التطبيق على أغلب الهواتف الذكية للشباب. (بن طيفور و بانجيد، 2019، ص 173)

ونقصد بتطبيق التيك توك في هذه الدراسة انه أحد الوسائط التكنولوجية الحديثة الذي يتوفر على خاصية التفاعل من خلال نشر مقاطع الفيديو القصيرة، واطافة المؤثرات الصوتية والبصرية، يعتمد عليه صناع المحتوى لتحقيق الاعجاب والشهرة والتأثير على الجمهور المستخدم لهذا التطبيق.

5 الدراسات السابقة:

1.5 دراسة "محمد زكرياء خراب" (2019) بعنوان ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك رؤية نقدية حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم ثقافة الاستهلاك وخصائصها وطبيعة استهلاك السلع الاتصالية، وكذلك التعرف على مفهوم وخصائص تطبيق التيك توك وظروف نشأته، وكذلك الوقوف على رؤية نقدية لمحتوى ثقافة استهلاك الشباب الجزائري لخدمات التطبيق لتوضيح جملة من الانعكاسات النفسية و لاجتماعية والثقافية نتيجة استخدامه، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج اهمها: أن تطبيق التيك توك وضع خصيصا لخدمة مصالح مبتكريه و تحقيق أكبر عدد من العائدات الربحية والتي لا تكون إلا بتعزيز نزع استهلاك

الخدمات الترفيهية لهذا التطبيق، في رحلة لإثبات الذات وتحقيق الشهرة كهدف سهل ولا يتطلب جهد كبير، كما توصلت الدراسة إلى أن تطبيق التيك توك له مجموعة من الانعكاسات نتيجة لثقافة استهلاك الشباب الجزائري تمثلت في الانعكاسات النفسية وهي: الإدمان، الاغتراب، الفردانية، الانعكاسات الاجتماعية وهي: العزلة الاجتماعية، ضياع القيم الاسرية و التربوية، الانعكاسات الثقافية، التقليد الاعمى، تزييف المعايير والقيم الثقافية المحلية، تغييب الوعي النقدي. (خراب، 2019، ص 444-458)

2.5 دراسة " بن طيفور مصطفى " و " ايمن بانجيد" (2019) بعنوان راهن الهوية الثقافية في زمن العولمة دراسة تحليلية بين الشباب والثقافة الإلكترونية الجديدة في الفضاء السيبراني تطبيق التيك توك أمودجا حيث هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص واقع الهوية الثقافية في زمن العولمة، ودراسة الهوية داخل العالم الافتراضي ضمن نسق إعلامي يتسم بنفاذه إلى قيم وعادات وأساليب الحياة للعديد من الأفراد الذين ينتمون إلى ثقافات جد متنوعة وقد توصلت هذه الدراسة الى أن تطبيق التيك توك يمس بمقومات الهوية الاسلامية، من أخلاق وعادات وأعراف، خاصة وأن التطبيق أصبح يسوق بطريقة غير مباشرة، كما توصلت الدراسة الى أن التطبيق يمس بالخصوصية بشكل لافت على اختلاف النوع (ذكور، اناث)، كما أنه نتج عنه تمظهرات الاغتراب والتيه الثقافي للشباب الجزائري . (بن طيفور و بانجيد، 2019، ص 164-177)

3.5 دراسة يطو عبد الغني و بن شهيدة احمد و محمد بن احمد (2018) بعنوان الصورة السمعية البصرية وتأثيرها على القيم والممارسات لدى تلاميذ الثانويات (شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك أمودجا) حيث هدفت الدراسة إلى معرفة حجم استخدام التلاميذ الثانويين لوسائل التواصل الاجتماعي ومعرفة اتجاهات و اراء التلاميذ نحو المواقع الاجتماعية و ماكنة هذه الوسائل بالنسبة لهم، ومعرفة الانتشار الرهيب لاستخدام وسائط التواصل الاجتماعي، وما يمكن ان يفرزه من انعكاسات على ممارساته وقيمه الاجتماعية، وقد توصلت الدراسة الى جملة من النتائج اهمها: أن العلاقات الاسرية والقرابة وعلاقات الجيرة ، قد انسحبت من العالم الواقعي الى العالم الافتراضي بالنسبة للمبحوثين ، و تعمقت أكثر على حساب الواقع وتحولت الى علاقات مع اشخاص اخرين لا يعرفونهم على مواقع التواصل و من أبرز سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي حسب هذه الدراسة هي : تدعيم العزلة الاجتماعية، استيراد مشاكل اجنبية غير متعارف عليها في المجتمع الجزائري، احلال اللغة الاجنبية مكان اللغة العربية، كما اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات مفتوحة للتمرد والانفلات الى الخجل و الانطواء . (يطو و بن شهيدة، 2018، ص 210-218)

6. المقاربة النظرية للدراسة

اعتمدت دراستنا الحالية على نظريتين وهما: - نظرية الحتمية القيمية. - نظرية التفاعلية الرمزية

1.6 نظرية الحتمية القيمية:

يقصد بنظرية الحتمية القيمية في الاعلام تلك النظرية التي ترتبط بجهود الباحث الاستاذ الدكتور "عبد الرحمان عزي" الذي يؤكد على اهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين في احداث التأثير وهو التأثير الذي يكون ايجابيا إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم ويكون سلبيًا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة او تتناقض مع القيمة. (المباركي، 2018، ص 146)

كما تنطلق فرضية النظرية الحتمية القيمية في الاعلام من افتراض اساسي يعتبر الاعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تنبع اساسا من المعتقد، وبذلك فان تأثير وسائل الاعلام يكون ايجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالإعلام، وكلما كانت الوثائق اشد كان التأثير إيجابيا، وبالمقابل يكون التأثير سلبيًا إذا كانت المحتويات لا تفيد بأية قيمة او تتناقض مع القيمة وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكثر كان التأثير السلبي أكثر. (بداني، 2014، ص 120)

افتراضات نظرية الحتمية القيمية في الاعلام:

يحدد "عزي عبد الرحمان" فرضيات النظرية وفق منظور قيمي يوضح من خلالها ضرورة فهم العلاقة بين الاعلام والمجتمع قيميا ويقسمها الى صنفين:

-فرضيات خاصة بعادات الاتصال وثقافة تعامل الجمهور مع وسائل الاعلام:

- الشباب أكثر ارتباطا من غيرهم بأي وسيلة اعلامية او اتصالية جديدة بحثا عن الاثارة والمغامرة ومن ثم فأنهم اولى العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيا والتأثر بها.

- ان كثرة استخدام الشباب لهذه الوسائل يرتبط بالبحث عن الهوية والتمرد على المجتمع لفت الانتباه، وتأكيذ الذات.

- ان الشباب ينجذبون الى الإعلام الجديد أكثر من وسائل الاعلام الاخرى "التقليدية" لعنصر التفاعل المباشر الغائب نسبيا في الوسائل الأخرى.

-إن وسائل الإعلام تمثل عالما رمزيا يقترب او يبتعد من الواقع المعيش ومن ثم تأثيرها يضل في هذا المستوى ولا ينتقل إلى الواقع تلقائيا وبنفس الشكل والمضمون.

- إن وسائل الإعلام عززت الثقافة الفرعية للشباب على حساب حضور الثقافة العامة السائدة.

- **فرضيات الاثر السالب والموجب** انطلاقا من الافتراض الاساس للنظرية "انه كلما ارتبطت مضامين وسائل الإعلام بالقيمة كان أثرها موجبا، وكلما ابتعدت تلك المضامين عن القيمة كان أثرها سلبا.

فرضيات التأثيرات السلبية " المضمون "

- ان سوء استخدام وسائل الإعلام يؤدي الى اهدار القيم أو تحيدها

-ان سوء استخدام وسائل الإعلام يؤدي الى اضعاف الحساسية القيمة واضمحلال الاستحياء تجاه الممنوعات الثقافية.

- ان سوء استخدام وسائل الإعلام يؤدي الى اضعاف دور قادة الرأي والفكر وتمقص ادوار النجوم السينمائية والرياضية

- ان سوء استخدام وسائل الإعلام قد يكون وسيلة للتهرب والافلات من الواقع الاجتماعي ويكون تعويضا رمزيا لعلاقات اجتماعية مفقودة وذلك ما يلاحظ في كثرة استخدام وسائل الاعلام جديد ومشتقاته كوسائط الاتصال الشخصية و "الفايس بوك" و "التويتز"

- إن سوء استخدام وسائل الإعلام يؤدي الى تقليص المحلي وتوسيع العالمي

فرضيات التأثيرات الموجبة:

إن حسن استخدام وسائل الإعلام " التقليدية والجديدة «ينمي الاحساس في توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة والعلوم.

حسن استخدام وسائل الاعلام ينمي الاحساس بأن الفرد جزء من العالم اي ان ذلك يحدث الوعي بالعالم الخارجي وتوسيع المحيط الضيق.

إن حسن استخدام وسائل الاعلام قد يعمل على تعزيز القيم وقد يولد ايضا الاحساس بالذنب إذا اساء الفرد استخدام تلك الوسائل.

(سوي، 2014، ص 285-286)

2.6 نظرية التفاعلية الرمزية:

تسعى النظرية التفاعلية الرمزية كنظرية سوسيولوجية لدراسة دور الفرد و سلوكه في المجتمع داخل الجماعة الذي ينتمي اليها مع الاهتمام

بمكون عملية التفاعل والتبادل بين الفرد وذاته أو بيئته او بين الجماعة والمجتمع الذي يعيش فيه، ومن ثم فالتفاعلية الرمزية تركز على الفرد

أساسا كغيرها من النزعات النفسية الاجتماعية كما تسعى لتحليل نسق الرموز والمعاني التي تترجم في السلوك الفردي والدور الوظيفي

والسيكولوجي الذي يقوم على الفرد في المجتمع، وفي نفس الوقت تُحرص التفاعلية الرمزية على دراسة المظاهر الرمزية للتفاعل و مركز العلاقة

المتبادلة والمجتمع. (عبد الرحمان، 2002، ص 182)

تعتبر التفاعلية الرمزية واحدة من المحاور الاساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية في تحليل الأنساق الاجتماعية، و هي تبدأ بمستوى

الوحدات الصغرى (MICRO) منطلقة منها لفهم الوحدات الكبرى (MACRO) بمعنى انها تبدأ بالأفراد و سلوكهم كمدخل

لفهم النسق الاجتماعي، فأفعال الافراد تصبح ثابتة لتشكّل بنية من الادوار ، يمكن النظر الى هذه الادوار من حيث توقعات البشر

بعضهم اتجاه بعض من حيث المعاني والرموز . وهنا يصبح التركيز أما على بنى للأدوار بنفس طريقة بارسونز، الا انها تشغل نفسها

بالتحليل على مستوى الأنساق، بقدر اهتمامها بالفاعل الرمزي المتشكل عبر اللغة، والمعاني، والصور الذهنية، استنادا الى حقيقة مهمة هي ان على الفرد ان يستوعب دور الاخرين. (الحسن، 2005، ص 65)

وقد حدد هيربرت بلومر المبادئ الأساسية التي تنهض عليها التفاعلية الرمزية في ثلاث قضايا أساسية:

- إن الكائنات الانسانية تتفاعل تجاه الاشياء والأحداث في ضوء ما تنطوي عليه من معان ظاهرة.

- إن هذه المعاني هي محصلة التفاعل الاجتماعي في المجتمع الانساني.

- إن هذه المعاني إنما تتعدل وتتغير عبر عملية تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها.

إن الرمز الدال يمنح البشر القدرة على التأمل في ردود أفعالهم وللأستعداد في حياتهم ووجود اللغة هو الذي يمكننا من الابتعاد، والتفكير ثم الاختيار، وهو في ذلك يتفق مع "جورج ميد" في أن التفاعل الرمزي هو السمة المميزة للتفاعل البشري و جوهر العالم والبشر الذي يجدونه يتناسب مع قدرتهم على التمثيل الرمزي لبعضهم البعض وللأشياء وللأفكار، فبدون القدرة على وضع الرموز واستخدامها في الشؤون البشرية، ما كان ممكنا خلق أو صيانة أو تغيير انماط التنظيم الاجتماعي بين الناس، وأنه باستخدام البشر للرموز وتبادل الاتصال فيما بينهم وبفضل قدهم على فهم معنى الاشارات الصوتية و البشرية يستطيع البشر إجراء الاتصال بكفاءة. (صافر، 2017، الصفحات 200-201)

3.6 علاقة نظرية الحتمية القيمية ونظرية التفاعلية الرمزية مع الدراسة: -

إن دراستنا التي تدور حول "الصورة القيمية للمرأة الجزائرية على موقع تيك توك" تم بحث بالأساس الأول على الصورة القيمية التي تعكسها المرأة على موقع التيك توك باعتباره أحد وسائط الاعلام الجديد التي لاقت رواجاً واستخداماً كبيراً من طرف الفئة النسوية في الجزائر، وباعتبار أن هذه الفئة تنجذب للوسائط التكنولوجية نظراً لعنصر التفاعل الذي يقدمه هذا التطبيق بالتالي الوقوف على الفرضية الأساسية "لنظرية الحتمية القيمية" التي تقوم على انه كلما ارتبطت مضامين وسائل الاعلام بالقيمة كان اثرها موجبا، وكلما ابتعدت تلك المضامين عن القيمة كان اثرها سالبا، ومن خلال هذا محاولة الوقوف على الدلالات و الرموز التي تقدمها المرأة الجزائرية من خلال محتوى الفيديوها التي تعرضها من خلال تطبيق التيك توك وحسب "نظرية التفاعلية الرمزية"، فهي بذلك تقدم صورة عن القيم التي تتبناها بالكلمة والصورة و الحركة، وبالتالي تضيف على المضمون الذي تقدمه صبغة ذاتية من خلال بناء المعاني وتكوين صورة ذهنية للمشاهد الذي يتفاعل معها في ضوء ما تنطوي عليه من معان ظاهرة ويتم تفسيرها من طرف المتلقي من خلال التأويل في تعامله مع الاشارات التي يواجهها وفي ظل هذا الإقبال والاستخدام لتطبيق التيك توك يمكن أن يؤدي إلى اضعاف الحساسية القيمية و اضمحلال الاستحياء تجاه الممنوعات الثقافية كما قد يكون وسيلة للتهرب والافلات من الواقع الاجتماعي، أو يكون تعويضا رمزيا لعلاقات اجتماعية مفقودة وذلك ما يلاحظ من خلال كثرة استخدام وسائل الاعلام الجديد ومشتقاته كوسائط الاتصال الشخصية و هذا حسب فرضيات التأثير السلبي "لنظرية الحتمية القيمية" أو يمكن ان ينمي الاحساس في توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة و العلوم، كما قد يعمل على تعزيز القيم و قد يولد ايضا الاحساس بالذنب اذا اساء الفرد استخدام تلك الوسائل حسب فرضيات التأثير الايجابي " لنظرية الحتمية القيمية" وهذا ما سنحاول التعرف عليه من خلال هذه الدراسة.

7. منهج الدراسة:

. سعت الدراسة الحالية إلى معرفة الصورة القيمية للمرأة الجزائرية من خلال موقع التيك توك من أجل ذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لأنه يمكن من جمع المعلومات الضرورية، ومن ثم تحليل هذه المعلومات وتفسيرها للوصول إلى النتائج التي يمكن ان تسهم في تحقيق أهداف الدراسة وذلك باعتبار " المنهج الوصفي طريقة علمية منظمة لوصف الظاهرة عن طريق جمع وتصنيف وترتيب وعرض وتفسير وتحليل وتركيب المعطيات النظرية والبيانات الميدانية بغية الوصول إلى نتائج علمية توظف في السياسات الاجتماعية، بهدف إصلاح مختلف الأوضاع الاجتماعية ". (زرزواتي، 2007، ص 87)،

8. الخصائص السيكمترية للأداة:

الصدق والثبات: مر بناء استمارة تحليل المضمون بعدة مراحل أولها إعداد استمارة أولية التي كانت بناءا على الاطلاع على جزء من المادة التي سيتم تحليلها، ثم بعد ذلك عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين، وهذا يدخل ضمن قياس الصدق، وبعد تحكيم الاستمارة من قبل المحكمين، كانت هناك بعض التعديلات على استمارة تحليل المضمون حسب ما قدمه المحكمون من ملاحظات تمثلت في تعديل بعض الفئات التي تخدم الموضوع، ثم قياس الثبات، ثم القيام بحساب مستوى الثبات من خلال اللجوء إلى معادلة هولستي. معادلة هولستي: $(ن) = \frac{متوسط الاتفاق بين المحللين}{عدد المرزبين} \times متوسط الاتفاق$: جمع الأسئلة التي اتفق عليها المحكمين $1 + (1-ن) (متوسط الاتفاق بين المحللين)$ $\frac{عدد الفئات}{عدد الفئات}$

وتتم بالأزواج أي بين الأستاذ 1 و 2 ثم 1 و 3 ثم 2 و 3، نبحث عن الأسئلة التي اتفق عليها الأستاذ 1 و 2 ثم تقسيمها على عدد الفئات وكان عدد الفئات في الاستمارة الواحدة 10 فئة.

$0.5 = \frac{10}{5}$ ، ثم الزوج الثاني $0.8 = \frac{10}{8}$ ، ثم الزوج الثالث $0.8 = \frac{10}{8}$

$$0.87 = \frac{2.1}{2.4} = \frac{(0.7) 3}{(0.7) (3-1)+ 1} = \frac{0.7 + 0.8 + 0.8 + 0.5}{3} = 0.7$$

إذن فمعامل الثبات يقدر ب 0.87

9. مجتمع الدراسة وعينتها:

العينة هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزءا من الكل، بمعنى أن تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليها الدراسات، فالعينة إذا هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع ككل، وقد اعتمدنا على العينة القصدية وهي " التي يتم اختيارها بناء على حكم شخصي أو تقدير ذاتي بهدف التخلص من المتغيرات الدخيلة لإلغاء مصادر التحريف المتوقعة". (ابوزينة و وآخرون، 2007، ص 20) لذلك سنقوم باستهداف الصفحات الجزائرية الخاصة بالعنصر النسوي، التي تظهر فيها المرأة كمشارك أساسي أو ثانوي في الفيديو، ولصعوبة حصر جميع مفردات الظاهرة في التطبيق سنعتمد على الاختيار العشوائي، ذلك لتجنب التحيز والوصول الى نتائج دقيقة، حيث ظهرت هذه الصفحات كعينة في البحث تمثلت في 80 فيديو من فيديوهات التطبيق.

10. أدوات جمع البيانات

باعتبار أن الدراسة وصفية تحليلية فقد تم الاعتماد في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون التي عرفها برسلون بأنها "تقنية بحث تستهدف الوصف الموضوعي والكمي والمنهجي للمحتوى الظاهر في الاتصال". (سبعون، 2012، ص 229) ونسعى من خلال توظيف هذه الاداة إلى تحديد الصورة القيمة للمرأة الجزائرية على تطبيق التيك توك شكلا ومضمونا، من خلال الممارسات التي تقوم بها، بالاستناد على جملة الوحدات والفئات المعتمدة في استمارة التحليل التي تمثل " إطارا محددًا لتسجيل المعلومات التي تفي بمتطلبات البحث، يتم تصميمها بما يتفق وأغراض التحليل وتعبير كميا عن رموز الوثيقة الواحدة التي تشمل فئات التصنيف ووحدات التحليل. (بومنجل، 2008، ص 455)

11. وحدات التحليل:

وهي وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة ويعطي وجودها أو غيابها وتكرارها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية تبعا لأغراض البحث. (بن طية، 2015، ص 325)

1.11 وحدة الموضوع: وتعبّر عن الفكرة التي يدور حولها الفيديو.

2.11 وحدة القيم: وتستهدف التعرف على الصورة القيمة للمرأة الجزائرية من خلال الممارسات التي تعكسها على موقع التيك توك.

3.11 الوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية: وهي وحدة المادة الاعلامية المتكاملة التي يقوم عليها التحليل وقد استخدمنا في هذه الدراسة الفيديو كوحدة طبيعية للتحليل.

4.11 وحدة الزمن: وهي الوحدة التي تستعمل لدراسة شكل المادة المعروضة، وهي محددة على موقع تيك توك في فيديو قصير. لا يتجاوز ال 60 ثانية

12. فئات التحليل:

1.12 فئات الشكل (كيف قيل):

هي تلك الفئات التي تصنف المحتوى الشكلي للمضمون محل الدراسة، وعادة ما تحاول الإجابة على السؤال (كيف قيل؟)، وهي أحد ركائز تحليل المحتوى في الشكل الذي يقدم به المضمون الى جمهور القراء والمتفرجين أو المستمعين من خلال مختلف قنوات الاتصال. (تمار، 2007، ص 44)، وقد تم تحديدها في الفئات التالية:

- فئة اللغة المستخدمة: عربية فصحي، اجنبية، عامية.

- فئة نوعية الموسيقى: صاحبة، حزينة، حماسية، التفاضلية، مقطع بدون موسيقى.

- فئة اللقطات المستخدمة: للقطعة المتوسطة، اللقطعة الامريكية، لقطعة مقربة للخصر، لقطعة مقربة للصدر، اللقطعة الكبيرة، اللقطعة الكبيرة جدا.

2.12 فئة المضمون ماذا قيل:

وهي الفئات التي يقوم عليها اساسا تحليل المحتوى، إذ يمكن القول إن تحليل المحتوى يمر عبر تعيين فئات تحليل المحتوى واستخراجها، وهناك فئات يتم استعمالها عادة لتحليل المحتوى، تدرج ضمن فئات المحتوى. (سبعون، 2012، ص 332)، وقد تم تحديدها في الفئات التالية:

- المضمون المعبر عنه: مشهد هادف، مشهد فكاهي، مشهد عاطفي، مشهد اغاني رقص، مشهد ذو طابع جنسي.

- الفئة العمرية: (من 18 الى 23 سنة)، (من 24 الى 29 سنة)، (من 30 الى 35 سنة)، (أكبر من 35 سنة).

- الممارسات التي تعبر عن الصورة القيمية: السخرية والاستهزاء، الرقص والتمايل، الاغراء، الايحاءات الجنسية، الكلام الفاحش، الغناء، العنصرية، استعراض الجسد، التهريج.

- نوع الملابس: لباس عادي، لباس غربي، لباس غير لائق.

- تسريحات الشعر: عادية، غريبة، حجاب.

- الشخصيات التي تظهر مع المرأة في الفيديو: الاصدقاء، الاخوة، الزوج، الأبناء، الاباء.

- الاماكن التي تظهر فيها المرأة: اماكن عامة، اماكن العمل، المنزل العائلي، غرف النوم، نوادي ليلية السيارة.

13. عرض ومناقشة النتائج

1.13 التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل:

جدول رقم (1) يمثل اللغة المستخدمة:

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
العربية الفصحى	4	5%
اجنبية	13	16.25%
عامية	63	78.75%
المجموع	80	100%

يتوضح لنا من خلال قراءة الجدول رقم (1) ان اللغة التي تستخدمها المرأة الجزائرية في عرض الفيديوها على موقع التيك توك هي اللغة العامية بنسبة كبيرة قدرت ب 78.75%، تليها نسبة 16.25% لاستخدام اللغة الأجنبية، في حين كانت نسبة 5% للوآتي استخدمن اللغة العربية الفصحى وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع العامية واللغات الأجنبية، وهذا ما يوضح تغييب أهم مقومات الهوية الوطنية و أحد ثوابت القيم في مجتمعنا الجزائري و هي اللغة العربية لاسيما أن عينة الدراسة تمثلت في المرأة الجزائرية و هذا ما ينعكس بشكل سلبي على التنشئة الاجتماعية للأجيال القادمة، كما وجدنا أن نسبة 5% ممن استخدمن اللغة العربية الفصحى كان للتهكم و السخرية و صنع محتوى كوميدي اعتمادا على العربية الفصحى، حيث تقدم طبيعة اللغة المستخدمة في صناعة المحتوى صورة قيمة بعيدة عن أهم مقومات الهوية والقيم ألا وهي اللغة.

جدول رقم (2) يمثل نوع الموسيقى:

نوعية الموسيقى	التكرار	النسبة المئوية
صاخبة	28	35%
حزينة	9	11.25%
حماسية	12	15%
التفاؤلية	25	31.25%
مقطع بدون موسيقى	6	7.5%
المجموع	80	100%

يتوضح لنا من خلال قراءة الجدول رقم (1) أنه تم استخدام الموسيقى الصاخبة في صناعة المحتوى وهي أكبر نسبة من حيث الاستخدام قدرت ب 35% وهو النوع الذي يلاقي رواجاً كبيراً في الفترة الأخيرة على الساحة المحلية المتمثلة في موسيقى الراي بصفة خاصة، وتم استخدام نوع الموسيقى الصاخبة في المضامين التي تعبر عن الرقص والغناء، تليها نسبة 31.25% للموسيقى التفاؤلية وهو النوع الذي تم استخدامه في الغالب للتعبير عن المضامين العاطفية، في حين جاءت نسبة 15% للموسيقى الحماسية والتي تم استخدامها لجلب الانتباه لاسيما في المضامين التي نعبر عن مشاهد ذات طابع استعراضي جنسي، في حين كانت نسبة 11.25% للموسيقى الحزينة وكان تستخدم كذلك للتعبير عن المضامين العاطفية أو المشاهد الهادفة، في حين كانت نسبة 7.5% للفيديوها التي لم تستخدم فيها الموسيقى و كانت في الغالب للمشاهد الكوميديّة، ومن خلال قراءة معطيات الجدول يتضح لنا أن طابع الموسيقى المستخدمة لا يمد بأي صلة للتراث الموسيقي المحلي الذي يتوافق مع القيم الثقافية لمجتمعنا الجزائري، حيث أن هذه الأنواع من الموسيقى تعكس صورة قيمة ثقافية دخيلة عن مجتمعنا الجزائري.

جدول رقم (3) يمثل فئة اللقطات المستخدمة:

اللقطات المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
اللقطة المتوسطة	17	21.25%
اللقطة الامريكية	4	5%
لقطة مقرية للخصر	22	27.5%

لقطة مقرية للصدر	34	42.5%
اللقطة الكبيرة	3	3.75%
اللقطة الكبيرة جدا	00	/
المجموع	80	100%

نلاحظ من الجدول رقم (3) أن اللقطة المقرية للصدر استخدمت أكثر في الفيديوهات حيث تقدر بنسبة 42.5%، تليها اللقطة المقرية للصدر بنسبة 27.5%، وبالتالي فإن الفيديوهات التي تعرضها المرأة الجزائرية على تطبيق التيك توك تعتمد على تقديم صورة تسويقية للجسد بشكل لا أخلاقي مستعرضة بذلك تفاصيل الجسد بشكل خادش ومنافي لقيمة الحياء، في حين جاءت اللقطة المتوسطة و هي التي تعالج الشخصية لكامل طولها داخل إطار الصورة، في حين كان استخدام اللقطة الأمريكية بنسبة 5% وهي التي تصور الشخصية من الرأس إلى منتصف الفخذين، ويراد بها إبراز مختلف حركات الشخص وأفعاله، في حين تم اعتماد اللقطة الكبيرة بنسبة 3.75% من عينة الدراسة، و لم يتم الاعتماد على اللقطة الكبيرة جدا فب الفيديوهات محل الدراسة، حيث تعكس معطيات الجدول للقطات المستخدمة في تصوير الفيديوهات محل الدراسة ان المرأة لم تركز في عرض مضامينها على صورة قيمية معتدلة يستطيع الفرد أن يتبناها ، بل تم التركيز بشكل أساسي على السمات الجسدية، ومثل هذه الطرق تقدم صورة ذهنية سلبية لدى المتلقي و المتابع لمثل هذه الفيديوهات مجردة من قيمنا الأصيلة مثل الحشمة و الحياء و السترة.

2.13 التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون:

الجدول (4) يمثل الفئة العمرية:

فئة العمر	التكرار	النسبة
(من 18 الى 23 سنة)	42	52.5%
(من 24 الى 29 سنة)	24	30%
(من 30 الى 35 سنة)	10	12.5%
(اكبر من 35 سنة)	4	5%
المجموع	80	100%

يوضح لنا الجدول رقم (4) أن الفئة العمرية الأكثر استخداما لتطبيق التيك توك هيا ما بين 18 سنة الى 24 سنة بنسبة 52.5%، تليها نسبة 30% للفئة العمرية ما بين 24 سنة الى 29 سنة، في حين جاءت نسبة 12.5% للفئة العمرية ما بين 30 سنة الى 35 سنة، وفي الأخير كانت نسبة 5% للفئة العمرية الأكثر من 35 سنة، ومن خلال هذا يتضح لنا أن الفئة الأكثر استخداما لتطبيق التيك توك هي فئة الشباب والمراهقات، وبالتالي فإن هذه الفئة هي الأكثر انفتاحا على استخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة وهذا يجعلهم أكثر عرضة لاكتساب قيم جديدة يمكن أن تكون منافية لقيمنا الأصيلة إن لم يتم استخدام هذه الوسائل بشكل عقلائي، لا سيما أن تطبيق التيك توك يتميز بخصائص تفاعلية عديدة منها الصورة و الصوت و إمكانية إضافة المؤثرات السمعية و البصرية، حيث أن هذه الفئة تستخدم جميع هذه الخصائص في صناعة المحتوى الذي تقدمه معتمدين في ذلك على نشر مضامين منافية للقيم الأخلاقية و الدينية من تعري، ولباس غر محتشم، ورقص وغيرها من ممارسات غير مقبولة بغرض حصد الإعجابات والتعليقات ورفع عدد المتابعين، ويصل الأمر الى حد التنافس من أجل الشهرة باستعراض الجسد والاعتماد على الإغراء، حيث نجد أن هذه النتائج تتطابق مع فرضية نظرية الحتمية القيمية ل "عبد الرحمان عزي" والتي تنص على أن "الشباب أكثر ارتباطا من غيرهم بأي وسيلة اعلامية او اتصالية جديدة بحثا عن الاثارة والمغامرة ومن ثم فإنهم أول العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيا و التأثير بها".

الجدول (5) يمثل توزيع المضمون المعبر عنه:

المضمون	التكرار	النسبة
مشهد فكاهي	8	10%
مشهد هادف	3	3.75%
مشهد عاطفي	18	22.5%
مشهد اغاني و رقص	20	25%
مشهد استعراضى ذو طابع جنسي	31	38.75%
المجموع	80	100%

يتوضح لنا من خلال قراءة الجدول رقم (5)، أن المضامين الاستعراضية ذات الطابع الجنسي تمثل أكبر نسبة حيث قدرت ب 38.75%، ومن ثم نسبة 25% لمضامين الأغاني والرقص، فيما كانت نسبة 22.5% للمضامين التي تحتوي على المشاهد العاطفية بنسبة 22.5%، وهذه النسب توضح لنا حجم الاستخدام السلبي لتطبيق التيك توك من طرف المرأة الجزائرية والتغير الواضح في القيم الخاصة بمجتمعنا، حيث أن عرض مثل هذه المضامين وخاصة من طرف المرأة يعد كسرا واضحا للمعايير والأسس القيمية للمجتمع الجزائري لما في ذلك من تبنى للثقافة الغربية تعبر عنها هذه المضامين التي تعكس صورة للقيم الغربية بامتياز، وفي سياق بعيد كل البعد عن الصورة النمطية والمتعارف عليها لقيم المرأة الجزائرية، في حين جاءت المشاهد الفكاهية بنسبة 10%، و احتلت المضامين الهادفة المرتبة الأخيرة بنسبة 3.75%، وهذا ما يجعل تطبيق التيك توك بيئة خصبة لنشر الممارسات التي تعبر عن القيم السلبية مقارنة مع الممارسات التي تحمل قيم ايجابية ومحتوى هادف. ومن خلال هذا نؤكد على العلاقة القائمة بين ما توصلنا اليه وفرض النظرية الحتمية القيمية في الإعلام الذي يشير الى "أن سوء استخدام وسائل الاعلام يؤدي الى اضعاف دور قادة الرأي والفكر وتقمص ادوار النجوم السينمائية والرياضية" لصاحبها "عبد الرحمان عزي".

الجدول (6) يمثل الممارسات التي تعبر عن الصورة القيمية:

الممارسات	التكرار	النسبة
السخرية و الاستهزاء	14	6.27%
الرقص و التمايل	33	14.79%
الاغراء	29	13%
الايحاءات الجنسية	47	21.08%
الكلام الفاحش	7	3.13%
الغناء	34	15.26%
العنصرية	3	1.35%
استعراض الجسد	45	20.18%

التهريج	11	4.94 %
المجموع	223	100 %

يتضح لنا من الجدول رقم (6) أن الإيجاءات الجنسية كان لها النصيب الأكبر من الممارسات التي تقوم بها المرأة في عرض المحتوى الاتصالي على موقع التيك توك حيث وجدنا أنها تستخدم بصفة كبيرة بعض التعبيرات المنافية للأدب والتي تصنع الإثارة لدى المتلقي بشكل مبتذل وخارج عن المألوف، فيما كانت نسبة 20.18 % للفيدويوهات التي قامت بها المرأة باستعراض جسدها في صناعة المحتوى على موقع التيك توك متبعة المنهج الغربي في ذلك معتمدة بشكل أساسي على استعراض مفاتها وهذا ما يرتبط بطريقة التصوير التي أشرنا لها سابقا التي تعتمد بشكل كبير ومبالغ فيه في التركيز على اللقطة المقربة للصدر، واللقطة المقربة للخصر، وكانت نسبة 15.26 % للمشاهد التي ظهرت فيها تقوم بالغناء من خلال وضع أغنية و ترديد الكلمات حيث كانت أغلب هذه الأغاني ماجنة وغير مقبولة اجتماعيا و موجهة لمرئياتي النوادي الليلية، في حين كانت نسبة 14.79 % للمشاهد التي اعتمدت فيها المرأة الجزائرية على الرقص والتمايل، كما وجدنا أن مشاهد الإغراء التي ظهرت فيها المرأة بملابس مغربية وغربية كانت بنسبة 13 %، في حين وجدنا أنها استخدمت السخرية و الاستهزاء في صناعة بعض المضامين بنسبة 6.27 %، من خلال التعليق على بعض الفيدويوهات الأخرى وامتدت بعض هذه الممارسات الى الاستهزاء بالشعائر الدينية، كما كانت نسبة 4.94 %، للفيدويوهات التي اعتمدت فيها المرأة على التهريج في صناعة المحتوى سواء مع غرباء أو أحد أفراد الأسرة، في حين وجدنا أن نسبة 3.13 % من مجمل الفيدويوهات محل الدراسة ظهر فيها الكلام الفاحش بشكل صريح، في الأخير كانت نسبة 1.35 % للممارسات العنصرية التي أظهرتها بعض الفيدويوهات اتجاه ذوي البشرة السوداء، وإستغلالهم في صناعة المحتوى بشكل عنصري. إن هذه النتائج التي تم التوصل لها تطابقت إلى حد كبير مع الفرضيات السلبية لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام ل "عبد الرحمان عزي" والتي تشير الى "أن سوء استخدام وسائل الاعلام يؤدي إلى اهدار القيم أو تحيدها، كما أن سوء استخدام وسائل الاعلام يؤدي إلى إضعاف الحساسية القيمية واضمحلال الاستحياء تجاه الممنوعات الثقافية.

جدول رقم (7) يمثل نوع ملابس المرأة:

نوع الملابس	التكرار	النسبة
عادي	3	3.75 %
عصري	13	16.25 %
غير لائق	64	80 %
المجموع	80	100 %

يتضح لنا من الجدول رقم (7) أن المرأة ظهرت بملابس غير لائقة بنسبة 80 %، من خلال الفيدويوهات محل الدراسة وهو ما يتماشى مع المضمون الذي تقدمه والذي سبق الإشارة اليه سابقا، تليها نسبة 16.25 % للواتي ظهرن بملابس عصرية ليس لها أي صلة بالملابس التقليدية التي تعبر عن البيئة التي تعيش فيها، في حين كانت نسبة 3.75 % للواتي ظهرن بملابس عادية، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالمظاهر و الملابس الغربية التي اعتمدت عليها المرأة الجزائرية في صناعة المحتوى على تطبيق تيك توك حيث يتضح لنا من خلال هذا الانفتاح المبالغ فيه على الثقافات الغربية و تبني قيم و تقاليد دخيلة عن مجتمعاتنا العربية ويعكس صورة قيمية منافية تماما عن الصورة القيمية الأصلية للمرأة الجزائرية..

جدول رقم (8) يمثل تسريحات شعر المرأة:

النسبة	التكرار	تسريحات الشعر
7.5%	6	عادية
72.5%	58	غربية
20%	16	محبجة
100%	80	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم (7) تسريحات الشعر التي ظهرت بها المرأة الجزائرية في الفيديوهات المعروضة حيث كانت أعلى نسبة للتسريحات الغربية بنسبة 72.5%، حيث كانت هذه التسريحات غربية وغير مألوفة، وفي بعض الأحيان تشابهت هذه التسريحات مع قصات الشعر للرجال، في حين ظهرت اللواتي يضعن الحجاب بنسبة 20%، إلا أن الممارسات ونوع الملابس التي ظهروا به في أغلب الفيديوهات لا تعكس فعلا صورة المرأة المحبجة، في حين كانت التسريحات العادية بنسبة 7.5%.

جدول رقم (9) يمثل الشخصيات التي تظهر مع المرأة:

النسبة	التكرار	الشخصيات
42.5%	34	الأصدقاء
12.5%	5	الاخوة
21.25%	17	الزوج
17.5%	14	الابناء
6.25%	10	الاباء
100%	80	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم (9) الشخصيات التي ظهرت مع المرأة الجزائرية من خلال الفيديوهات التي تقدمها على تطبيق التيك توك وهي التي تم الإشارة لها والتعريف بها من طرف صناعة المحتوى كشخصيات ثانوية ومشاركة، حيث ظهرت مع الأصدقاء بنسبة 42.5%، تليها نسبة 21.25% للواتي شاركن أزواجهن في مقاطع الفيديو، من ثم تأتي نسبة 17.5% في الفيديوهات التي ظهر فيها الأبناء، في حين كانت نسبة 12.5% لأخوة الذين شاركوا في صناعة المحتوى، وفي الأخير كانت نسبة 6.25% للإباء الذي ظهورا كشخصيات ثانوية في الفيديوهات محل الدراسة، ومن هنا يتضح لنا حجم التغير في الصورة القومية للمرأة الجزائرية والأسرة الجزائرية كذلك، حيث أن مشاركة مثل هذه الشخصيات في صناعة المحتوى على تطبيق التيك توك في مشاهد منافية للمبادئ ومعايير المجتمع يعد تحولا واضحا في القيم الثابتة لدى أفراد المجتمع المحلي.

جدول رقم (10) يمثل الاماكن التي تهر فيها المرأة في الفيديو:

الاماكن	التكرار	النسبة
الاماكن العامة	6	7.5 %
اماكن العمل	4	5 %
المنزل العائلي	18	22.5 %
غرف النوم	30	37.5 %
النوادي الليلية	13	16.25 %
السيارة	9	11.25 %
المجموع	80	100 %

يوضح لنا الجدول رقم (10) الأماكن التي قدمت فيها المرأة الجزائرية مقاطع التيك توك، حيث كانت غرف النوم أكثر الأماكن التي تم فيها تصوير الفيديوهات بنسبة 37.5 %، وهذا مؤشر جد خطير على التحول الذي يشهده سلم القيم، وهذه الممارسات تقدم صورة قيمية تنافي قيمة الحزمة، في حين كانت نسبة 22.5 % للفيديوهات التي تم تصويرها في المنزل العائلي والتي ظهرت بها في أنحاء مختلفة من المنزل العائلي ومع بعض أفراد الأسرة في مقاطع غير هادفة، وفي أحيان أكثر غير لائقة، كما كانت نسبة 16.25 % للفيديوهات التي تم تصويرها داخل النوادي الليلية، وهو من بين الأمور المستجدة أن تقوم المرأة الجزائرية بتقديم محتوى على منصة للتواصل الاجتماعي دون مراعاة للقيم الاجتماعية و الأسرة متحررة من الخوف و الضوابط الاجتماعية مقدمة بذلك صورة قيمية منافية لقيمة الشرف و الحشمة، وكانت نسبة 11.25 % للفيديوهات التي تم تصويرها داخل السيارة مرفقة بمقاطع موسيقية ومشاهد رومنسية مقدمة صورة قيمية غريبة بحتة وقد جاءت نسبة 7.5 % بالنسبة للفيديوهات التي تم تصويرها بالأماكن العامة مثل الحدائق و المطاعم والتي تم استخدام التهريج في صناعة المحتوى بشكل مبالغ فيه ولا يتلائم مع طبيعة هذه الأماكن، وجاءت في الأخير نسبة 5% % للفيديوهات التي تم تصويرها في أماكن العمل و هو ما يتنافى مع قيم العمل التي تنص على الانضباط واحترام مكان العمل.

14. مناقشة النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة:

1.14. الإجابة على السؤال الأول:

في بحثنا هذا قمنا بدراسة وتبسيط الضوء على " الصورة القيمية للمرأة الجزائرية من خلال موقع تيك توك"، بعدها تطرقنا إلى عرض النتائج وتحليلها، ثم قمنا بمناقشتها وهذا للإجابة على تساؤلات الدراسة.

-وجدنا أن المرأة الجزائرية تعتمد على أساليب فنية مختلفة ومتعددة في صناعة المحتوى على تطبيق تيك توك أبرزها أسلوب التصوير الذي اعتمد على استخدام اللقطة المقربة للصدر والخصر في مجمل الفيديوهات محل الدراسة، ومن بين الأساليب التي تم استخدامها الاعتماد على أنماط متعددة من الموسيقى كانت أبرزها الموسيقى الصاخبة أغلبها أغاني الراي، والاعتماد على الموسيقى الحزينة، والحماسية بشكل كبير، وتعد هذه الأساليب تمهيدا يبين نوع المحتوى الذي سيتم عرضه خاصة من خلال نوع التصوير الذي يعتمد بشكل أساسي على استعراض الجسد بشكل مبالغ فيه وهذا ما يعكس صورة منافية للصورة القيمية المعتدلة للمرأة الجزائرية.

- اعتمدت المرأة الجزائرية في صناعة المحتوى على اللغة العامية والأجنبية، في حين تم تغييب اللغة العربية الفصحى، وهو ما يتطابق مع "دراسة يطو عبد الغني وبن شهيدة احمد" التي توصلت إلى أن مواقع الاجتماعي تساهم في احلال اللغة الاجنبية مكان اللغة العربية.. وبناء على فروض النظرية التفاعلية الرمزية التي تنص على أن المعاني هي محصلة التفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني، و أن الرمز الدال يمنح البشر القدرة على التأمل في ردود أفعالهم وللاستعداد في حياتهم ووجود اللغة هو الذي يمكننا من الابتعاد، والتفكير ثم الاختيار، يتضح لنا من خلال هذا أن تغييب اللغة العربية الفصحى يساهم في إحداث عدم توازن على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني، وتبني رموز تعكس صورة مخالفة لمقومات الهوية الوطنية وعلى رأسها اللغة.

2.14 الإجابة على السؤال الثاني:

- إن المضامين التي قدمتها المرأة الجزائرية من خلال الفيديوها محل الدراسة على موقع التيك توك كانت سطحية وغير هادفة، ولا تعبر عن الصورة القيمية الحقيقية للمجتمع الذي تعيش فيه حيث وجدنا أنها المشاهد التي قدمتها كانت عبارة عن مشاهد استعراض للجسد، وأغاني ورقص، بالإضافة الى المشاهد العاطفية والفكاهية، وهذا ما يوضح التقليد الأعمى للغرب و تغلغل الثقافة الغربية بشكل رهيب، وهذا ما يتطابق مع دراسة "محمد زكرياء خراب" والتي توصلت إلى أن تطبيق التيك توك له مجموعة من الانعكاسات السلبية منها: التقليد الأعمى تزييف المعايير والقيم الثقافية المحلية، تغييب الوعي النقدي..

3.14 الإجابة على السؤال الثالث:

- توصلت دراستنا إلى أن المرأة الجزائرية قدمت صورة قيمية منافية تماما للصورة القيمية التي تتماشى مع ضوابط وقواعد المجتمع الجزائري من خلال الفيديوها محل الدراسة على تطبيق التيك توك، وذلك من خلال الممارسات الأخلاقية التي اعتمدت عليه في صناعة المحتوى على تطبيق التيك توك بداية من: السخرية والاستهزاء، الرقص والتمايل، الاغراء، الايحاءات الجنسية، الكلام الفاحش، الغناء، العنصرية، وصولا إلى: استعراض الجسد، التهريج، كما ظهرت في مجمل فيديوها الدراسة بملابس غريبة وغير لائقة، وتسريحات شعر غريبة، كما شارك المرأة في صناعة المحتوى شخصيات مقربة مثل: الزوج، الإخوة، الآباء، وهو ما جعلنا نقف على حجم تنامي الظاهرة والتغير الكبير الذي حصل داخل الأسرة الجزائرية في صورة منافية لقيم الحزمة والحياء، والحشمة، والغيرة، وهذا ما يتضح أكثر من خلال الأماكن التي تم بها التصوير، بداية من الاماكن العامة، اماكن العمل، المنزل العائلي، السيارة، وصولا إلى غرف النوم و النوادي الليلية، وهذا يعد خرقا واضحا لقيمة الخصوصية وكسرا صريحا للصورة القيمية التي تعبر عن أصالة المرأة الجزائرية، وقد تطابقت نتائج دراستنا إلى حد ما مع دراسة "محمد زكرياء خراب" التي توصلت إلى أن تطبيق التيك توك له مجموعة من الانعكاسات نتيجة لثقافة استهلاك الشباب الجزائري تمثلت في الانعكاسات النفسية وهي: الإدمان، الاغتراب، الفردانية، الانعكاسات الاجتماعية وهي: العزلة الاجتماعية، ضياع القيم الاسرية و التربوية، الانعكاسات الثقافية، التقليد الاعمى، تزييف المعايير والقيم الثقافية المحلية، تغييب الوعي النقدي، وتطابقت كذلك مع دراسة يطو عبد الغني و بن شهيدة احمد التي أفادت : أن العلاقات الاسرية والقرابة وعلاقات الجيرة ، قد انسحبت من العالم الواقعي الى العالم الافتراضي، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تدعيم العزلة الاجتماعية، استيراد مشاكل اجنبية غير متعارف عليها في المجتمع الجزائري، كما اصبحت فضاءات مفتوحة للتمرد والانفلات، وتوافقت نتائج دراستنا مع - دراسة " بن طيفور مصطفى " و " ايمن بانجيد" التي تنص على تطبيق التيك توك يمس بمقومات الهوية الاسلامية، من أخلاق وعادات وأعراف، خاصة وأن التطبيق أصبح يسوق بطريقة غير مباشرة، كما توصلت الدراسة الى أن التطبيق يمس بالخصوصية بشكل لافت على اختلاف النوع (ذكور، اناث)، كما أنه نتج عنه تطهرات الاغتراب والتهيه الثقافي للشباب الجزائري، في حين تطابقت نتائج الدراسة مع فروض نظرية الحتمية القيمية في الإعلام لصاحبها "عبد الرحمان عزي" والتي تنص على أن سوء استخدام وسائل الإعلام يؤدي الى اهدار القيم أو تحيدها، ان سوء استخدام وسائل الإعلام يؤدي الى اضعاف الحساسية القيمية واطمحلال الاستحياء تجاه المنوعات الثقافية، ان سوء استخدام وسائل الإعلام قد يكون وسيلة للتهرب والافلات من الواقع الاجتماعي ويكون تعويضا رمزيا لعلاقات اجتماعية مفقودة، إن وسائل الإعلام عززت الثقافة الفرعية للشباب

على حساب حضور الثقافة العامة السائدة، حيث أن هذه الفروض تعكس لنا النتائج و تؤيد ما تم التوصل إليه من خلال الممارسات التي تم الإشارة إليها سابقا و التي تنافي الصورة القيمية الأصيلة للمرأة الجزائرية.

الخاتمة:

اتضح من خلال الدراسة الراهنة بأن شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام، وتطبيق التيك توك على وجه الخصوص يساهم في تغيير العديد من المفاهيم والقيم الاجتماعية والأخلاقية لدى المرأة في مجتمعنا المحلي، وأدى إلى تبني أفكار جديدة تتنافى مع الصورة القيمية النمطية في المجتمع الجزائري، بعد تحليلنا للمعطيات المتحصل عليها وجدنا أن الممارسات التي تقوم بها المرأة الجزائرية في صناعة المحتوى على تطبيق التيك توك تتعارض مع الصورة القيمية التقليدية لما تحمله من مضامين مختلفة لا تتوافق مع قيم وخصوصية الثقافة الجزائرية، وبالتالي ينبغي على المرأة أن تفهم ثقافتها وتكون واعية بأهميتها وأهمية الصورة التي تصنعها لنفسها في مثل هذه التطبيقات، لأنها تمثل الجسر الذي يربط المرأة بمجتمعها، وفي نفس الوقت تمثل الحاجز الذي يحفظ هويتها في المرتبة الأولى، ومن ثم الأجيال لأنها نفس الصورة القيمية التي ستقدمها في عملية التنشئة الاجتماعية، وفي الأخير توصي الدراسة ب: إجراء المزيد من الدراسات والبحوث الميدانية التي تهدف إلى توعية كل الفاعلين الاجتماعيين، بداية من الوالدين والمؤسسات التعليمية، ومؤسسات المجتمع المدني مع ضرورة التنسيق من أجل الحد من الآثار السلبية والانفلات الذي قد ينجر عن الاستخدام السلبي لهذا الموقع، وضرورة العمل على تحديد التأثيرات السلبية لموقع التيك توك، ووضع الحلول المناسبة للحد من الآثار السلبية.

قائمة المراجع

- ابتسام المباركي. (2018). نظرية الحتمية القيمية في الاعلام قراءة تبسيطية لأهم افتراضاتها. مجلة الدراسات الإعلامية (02)، ص 146.
- ابراهيم محمد سليمان. (2014). مدخل إلى مفهوم سيماثية الصورة. المجلة الجامعة، 02 (16)، 178-153.
- احسان محمد الحسن. (2005). النظريات الاجتماعية المتقدمة، ط 1. عمان: دار وائل للنشر، ص 65.
- رشيد زرواتي. (2007). مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1. الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر، ص 87.
- زكرياء محمد خراب. (2019). ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك رؤية نقدية. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 02 (02)، 458-444.
- سعيد سبعون. (2012). الدليل المنهجي في اعداد الملكرات والرسائل الجامعية، ط 2. الجزائر: دار القصة للنشر، ص 229.
- شعاع جبير. (2015). الصراع القيمي وأثره في التربية، ط 1. الأردن: عالم الكتاب الحديث للنشر، ص 17.
- شهرزاد سوفي. (2014). نموذج لنظرية الحتمية القيمية في الاعلام. مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، 08 (01)، 310-280.
- عبد الغني يطو، و احمد بن شهدة. (2018). الصورة السمعية البصرية و تأثيرها على القيم و الممارسات لدى تلاميذ الثانويات ، شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك أمودجا. مجلة التادوين، (11)، 218-210.
- عبد الله فتحي الظاهر، و علي احمد خضر المعماري. (2013). أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، ط 1. عمان: دار غيثاء للنشر والتوزيع، ص 34.
- عبد الله محمد عبد الرحمان. (2002). النظرية في علم الاجتماع. مصر: دار المعرفة الجامعية، ص 182.
- فريد كامل ابوزينة، و آخرون. (2007). مناهج البحث العلمي، ط 2. الأردن: دار المسيرة، ص 20.
- فؤاد بداني. (2014). حتمية ماكلوهان لفهم قيمة عزى عبد الرحمان. مجلة الدراسات و اجوت الاجتماعية، (04)، ص 120.
- فوزي بومنجل. (2008). النظرية و البحث العلمي استمارة تحليل المحتوى في بحوث الاعلام الصحافة المكتوبة أمودجا. مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية، (02)، ص 455.
- كريمة صافر. (2017). مقدمة في علم الاجتماع. الجزائر: دار النشر الجامعي الجديد، ص 201-200.
- محمد البشير بن طية. (2015). تحليل المحتوى في بحوث الاتصال مقارنة في الاشكاليات والصعوبات. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، (14/13)، 329-316.

مصطفى بن طيفور، و أيمن بانجيد. (2019). رهن الهوية الثقافية في زمن العولمة دراسة تحليلية بين الشباب والثقافة الالكترونية في الفضاء السبراني تطبيق التيك توك أنموذجا. مجلة الرسالة و الدراسات في البحوث الانسانية، 04، 164-177.

يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1. الجزائر: دار النشر طاكسيج كوم للدراسات والتوزيع، ص44.

- ملاحق:

استمارة تحليل المضمون:

-فئة الشكل (كيف قيل؟)

1 2 3

فئة اللغة المستخدمة:

4 5 6 7 8

فئة نوعية الموسيقى:

9 10 11 12 13 14 15

فئة اللقطات المستخدمة:

فئة المضمون ماذا قيل:

16 17 18 19 20

فئة المضمون المعبر عنه:

21 22 23 24

الفئة العمرية:

25 26 27 28 29 30 31 32

الممارسات التي تعبر عن الصورة القيمية:

33 34 35

وع الملابس:

36 37 38

تسريحات الشعر:

39 40 41 42

الشخصيات التي تظهر مع المرأة في الفيديو:

43 44 45 46 47 48

الأماكن التي تظهر فيها المرأة:

دليل الاستمارة

فئات الشكل (كيف قيل؟):

- فئة اللغة المستخدمة: عربية فصحي (1)، اجنبية (2)، عامية (3).

- فئة نوعية الموسيقى: صاخبة (4)، حزينة (5)، حماسية (6)، تفاعلية (7)، بدون موسيقى (8)

- فئة اللقطات المستخدمة: للقطعة المتوسطة (9)، اللقطعة الامريكية (10)، لقطعة مقربة للخصر (11)، لقطعة مقربة للصدر (12)، اللقطعة الكبيرة (13)، اللقطعة الكبيرة جدا (14).

-فئة المضمون (ماذا قيل؟):

- المضمون المعبر عنه: مشهد هادف (15)، مشهد فكاهي (16)، مشهد عاطفي (17)، مشهد اغاني رقص (18)، مشهد ذو طابع جنسي (19).
- الفئة العمرية: (من 18 الى 23 سنة) (20)، (من 24 الى 29 سنة) (21)، (من 30 الى 35 سنة) (22)، (أكبر من 35 سنة) (23).
- الممارسات التي تعبر عن الصورة القيمية: السخرية والاستهزاء (24)، الرقص والتمايل (25)، الاغراء، الايحاءات الجنسية (26)، الكلام الفاحش (27)، الغناء، العنصرية (28)، استعراض الجسد (29)، التهريج (30).
- نوع الملابس: لباس عادي (31)، لباس غربي (32)، لباس غير لائق (33).
- تسريحات الشعر: عادية (34)، غريبة (35)، حجاب (36).
- الشخصيات التي تظهر مع المرأة في الفيديو: الاصدقاء (37)، الاخوة (38)، الزوج (39)، الأبناء (40)، الاباء (41).
- الاماكن التي تظهر فيها المرأة: اماكن عامة (42)، اماكن العمل (43)، المنزل العائلي (44)، غرف النوم (45)، نوادي ليلية (46)، السيارة (47).