الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علم الاجتماع

الرقم التسلسلي: ....

رقم التسجيل: .....

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: اتصال

بعنوان:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في لباس الطالبة الجامعية

- دراسة ميدانية لعينة من طالبات السنة الثانية ماسترعلم اجتماع الاتصالبجامعة الطارف -

إعداد الطالب(ة):

زريبي مريم

لجنة المناقشة:

اسم ولقب الأستاذ	الرتبة	مؤسسة الانتساب	الصفة
أ.د بوزيان راضية	أستاذة التعليم العالي	جامعة الطارف	رئيسا
د. بوحنيكة نذير	أستاذ محاضرأ	جامعة الطارف	مشرفا ومقررا
د. عثمان مريم	أستاذ محاضرأ	جامعة الطارف	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية : 2019 / 2020م

فـــهـرس الــمـحـتـويـــات

العنوان	الصفحة
شكر وعرفان	
إهداء	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
فهرس الملاحق	
الملخص	أ
مقدمة	01
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمقاربة النظرية للدراسة	03-29
أولا: أسباب اختيار الموضوع	04
ثانيا: أهمية وأهداف الدراسة	05
ثالثا: إشكالية وفرضيات الدراسة	06
رابعا: تحديد المفاهيم	09
خامسا: الدراسات السابقة	18

سادسا: المقاربة النظرية للدراسة	26
الفصل الثاني: اللباس والموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	47-30
تمهيد	39-31
المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي	32
أولا: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي	32
ثانيا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي	34
ثالثا: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي	36
رابعا: الآثار الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي	39
المبحث الثاني: اللباس التقليدي الجزائري والموضة	46-40
أولا: اللباس في القرآن الكريم	40
ثانيا: وظائف اللباس	40
ثالثا: اللباس التقلدي الجزائري	43
رابعا: استخدامات الموضة	45
خامسا: خصائص الموضة	45
خلاصة	47
الفصل الثالث: الأسس المنهجية للدراسة	65-48
تمهيد	49

المبحث الأول: المنهجية المتبعة في الدراسة	61-50
أولا: المهج المتبع في الدراسة	50
ثانيا: المصادر والأدوات والتقنيات المستعملة في جمع البيانات	52
ثالثا: العينة، كيفية اختيار مفرداتها، خصائصها	56
المبحث الثاني: مجالات الدراسة	64-62
أولا: المجال البشري	62
ثانيا: المجال المكاني	62
ثالثا: المجال الزماني	64
خلاصة	65
الفصل الرابع: عرض وتحليل النتائج العامة للدراسة	90-66
المبحث الأول: عرض و تحليل نتائج الفرضية الأولى	75-66
أولا: عرض معطيات الفرضية الأولى	66
ثانيا: تحليل نتائج الفرضية الأولى	75
المبحث الثاني: عرض و تحليل نتائج الفرضية الثانية	83-76
أولا: عرض معطيات الفرضية الثانية	76
ثانيا: تحليل نتائج الفرضية الثانية	83
المبحث الثالث: عرض و تحليل نتائج الفرضية الثالثة	90-84

أولا: عرض معطيات الفرضية الثالثة	84
ثانيا: تحليل نتائج الفرضية الثالثة	90
الاستنتاج العام للدراسة	91
خاتمة	96
قائمة المصادر والمراجع	97
الملاحق	

فهـــرس الجـــداول

الرقم	عـــــــــــــــــنوان الجـــــــــــــدول	الصفـحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	57
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإقامة الجامعية	58
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأصل الجغرافي	59
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة السكن	60
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية	61
06	يوضح مدى متابعة الطالبة الجامعية لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	67
07	يوضح انضمام الطالبة الجامعية للمجموعات الخاصة بالموضة	69
08	يوضح أكثر الصفحات متابعة من قبل أفراد العينة	70
09	يوضح مدى البحث عن الأناقة في طريقة اللباس	71
10	يوضح متابعة الطالبة الجامعية لكل ما هو جديد في مجال الموضة	72
11	يوضح مدى تأثير متابعة الطالبة الجامعية لصفحات الموضة على طريقة لباسها	74
12	يوضح مدى إقبال أفراد العينة على الصفحات الغربية	76
13	يوضح مدى استهواء تقليد طريقة اللباس المعروضة في صفحات الموضة الغربية للطالبة الجامعية	77
14	يوضح مدى استهواء تقليد الطالبة للمظهر والتصمم الفريد للباس في صفحات الموضة الغربية	78

15	يوضح رغبة الطالبة الجامعية في مواكبة الموضة وجعلها تقلد طريقة اللباس الغربي المعروضة عبر هذه الصفحات	79
16	يوضح مدى متابعة الصفحات الموضة الغربية حتى وإن كانت مخالفة لقيم المجتمع العربي	80
17	يوضح دليل تقليد طريقة اللباس الغربي	81
18	يوضح مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تقليد الطالبة الجامعية للباس الغربي	82
19	يوضح متوسط الحجم الساعي الذي تقضيه الطالبة الجامعية في متابعة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	84
20	يوضح الأوقات المفضلة لدى االطالبة الجامعية لمتابعة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	85
21	يوضح مدى كفاية الحجم الساعي الذي تقضيه الطالبة الجامعية في متابعة صفحات الموضة	86
22	يوضح مدى تأثير الحجم الساعي لاطلاع الطالبة الجامعية على كل ما هو جديد في مجال الموضة	87
23	يوضح طبيعة الصفحات لمتوسط الحجم الساعي الذي تقضيه الطالبة الجامعية في متابعة صفحات الموضة	88
24	يوضح مدى تأثير الحجم الساعي على طريقة لباس الطالبة الجامعية	89

فهـــرس الأشـــكال

الرقم	عـــــــــــــــــــــنوان الشكل	الصفـحة
01	دائرة نسبية توضح متغير السن	57
02	دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب الإقامة الجامعية	58
03	دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب الأصل الجغرافي	59
04	دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب طبيعة السكن	60
05	دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب الحالة المدنية	61

فـــهرس المـــلاحـــق

الرقـــــم	عـــــــــــــــــــــنوان الملـــــــــــــــــــحق	الصفحة
01	الاستمارة	

شكر وعرفان

الحمد لله الذي أنار لي درب المعرفة والعلم وأكرمني بفضله وعطائه على

أداء هذا الواجب وألهمني بهبة الصبر لإنجاز هذا العمل

أتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف د.نذير بوحنيكة

الذي أفادني وكان لي خير موجه وناصح كما نتوجه بجزيل الشكر

إلى جميع أساتذة علم اجتماع

ونتوجه بالشكر لكل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة

الإهـــداء

الحمدلله والصلاة والسلام على أشرف الخلق سيدنا ونبينا محمد صل الله عليه وسلم

اهدي عملي وجهدي إلى الذي حرص على تعليمي وأتعبته

فوائد الظهر من أجلي وجعلني أفتخر أنه أبا لي

إلى من كانت السند وقت الشدة والقوة وعلمتني محاسن الأخلاق

أمي الغالية حفظها الله

كما اهدي هذا العمل إلى من كان معينا وسندا

وصابرا إلى زوجي العزيز

إلى من عشت معهم أحلى أيامي عمري أخوتي

الملخص:

تهدف هذه الدراسة للكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طريقة لباس الطالبة الجامعية الجزائرية في انتشار ظاهرة جديدة للباس تتنافى مع قيم ومعايير المجتمع الجزائري الذي يستمد مبادئه من تعاليم الدين الإسلامي الحنيف.

و تبلورت مشكلة الدراسة في سؤال الانطلاق التالي:

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على طريقة لباس الطالبة الجامعية؟

وتفرعت عن هذا الأخير الأسئلة التالية:

- هل متابعة الطالبة لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على طريقة لباسها؟

- ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تقليد الطالبة الجامعية لطريقة الباس الغربي؟

- هل الحجم الساعي لمتابعة الطالبة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يِؤثر على طريقة لباسها؟

واعتمدنا على إجراءات وأسس منهجية في الدراسة الميدانية حيث تم إتباع المنهج الوصفي، أما بالنسبة للأدوات المستخدمة في جمع البيانات تم الاعتماد على الملاحظة والاستمارة، وفي ما يخص تقنيات تفسير البيانات اعتمدنا على التفسير الكمي والكيفي، واعتمدنا على عينة قصدية قوامها 30 مفردة من طالبات السنة الثانية ماستر علم اجتماع الاتصال بجامعة الطارف.

وخلصت الدراسة النتائج التالية:

- أن متابعة الطالبة لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي له تأثير بليغ وواضح في طريقة لباسها.

- أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير في تقليد الطالبة الجامعية لطريقة الباس الغربي.

- أن الحجم الساعي الذي تقضيه الطالبة الجامعية في متابعة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يِؤثر على طريقة لباسها.

مقدمة:

أهم ما ميز المجتمعات الحديثة هو سرعة التغير في جميع المستويات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ومن أبرز هذه التغيرات هو ما نشهده من تطور هائل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم أشكال التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال منها الفيسبوك

الانستغرام، التوتير ,....والتي أصبحت تلقى رواجا كبيرا ومتابعة من قبل عدد كبير من فئات المجتمع خاصة فئة الشباب من بينها فئة الطالبات الجامعيات.

ومن هذا المنطلق تؤثر هذه المواقع على طريقة لباس الطالبة الجامعية ومتابعتها لكل ماهو جديد في مجال الموضة عبر هذه المواقع وباعتبار أن الطالبة الجامعية في مرحلة عمرية حساسة فهي دائما البحث عن القبول الاجتماعي وحبها لكل ما هو جديد ومغير وهذا ما دفع بنا للبحث في هذا الموضوع من خلال هذه الدراسة لمعالجة الظاهرة بطريقة سوسيولوجية .

ولقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول وفق المحتوي التالي:

الفصل الأول: تضمن الإطار المفاهيمي للدراسة والمقاربة النظرية حيث قمنا بصياغة الإشكالية وتحديد المفاهيم التي لها علاقة بالموضوع إضافة إلى تطرقنا إلى أهم الدارسات التي تناولت الموضوع سابقا ووضعنا أهم المقاربات النظرية التي اهتمت بالموضوع.

أما الفصل التاني تم تقسيمه إلى مبحثين أساسيين حيث تناولنا في المبحث الأول نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، وخصائصها، وأشهرها، وأثارها الايجابية والسلبية، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه

اللباس في القران الكريم، ووظائف اللباس، واللباس التقليدي الجزائري، وفي الاخير استخدامات وخصصائص الموضة.

وبالنسبة للفصل الثالث تناولنا فيه المعالجة المنهجية للدراسة حيث قمنا بتحديد المنهج المستخدم ومصادر وأدوات جمع البيانات وحددنا العينة وخصائصها ومجالات الدراسة.

أما الفصل الرابع والأخير فقد خصص لعرض وتحليل النتائج العامة للدراسة، وتم تقسيمه إلى ثلاث مباحث حيث خصص كل مبحث لعرض وتحليل نتائج كل فرضة على حدا.

وفي الأخير تناولت الدراسة أهم النتائج المتوصل إليها من خلال الاستنتاج العام.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمقاربة النظرية للدراسة

أولا: أسباب اختيار الموضوع

ثانيا: أهمية و أهداف الدراسة

ثالثا: إشكالية وفرضيات الدراسة

رابعا: تحديد المفاهيم

خامسا: الدراسات السابقة

سادسا: المقاربة النظرية للدراسة

أولا: أسباب اختيار الموضوع

كل باحث قبل اختياره لموضوع ما، تكون لديه أسباب تدور في ذهنه، قد تكون ذاتية أو موضوعية، فإن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الموضة على لباس الطالبة الجامعية من المواضيع الجديرة بالدراسة في الوقت الحالي و انت أسباب اختيارنا لهذا الموضوع كالآتي:

1-الأسباب الذاتية:

- ❖ قلة وشح الدراسات والبحوث العلمية التي تناولت هذا الموضوع أي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الموضة على لباس الطالبة الجامعية.
- ❖ الرغبة الشخصية في دراسة هذا الموضوع لكوننا من نفس الجنس، ونهتم باللباس والموضة.
- ❖ الفضول العلمي لتشخيص أبعاد هذه الظاهرة.
- ❖ تفشي ظاهرة التقليد للغرب في طريقة اللباس.

2-الأسباب الموضوعية:

- ❖ ملاحظة طريقة تغير لباس المرأة الجزائرية بصفة عامة والطالبة الجامعية بصفة خاصة.
- ❖ التعرف على مدى تأثر الطلبة بصفحات الموضة وتقليد المشاهير في طريقة اللباس.
- ❖ التعرف على الانعكاسات السلبية التي تخلفها هذه الظاهرة على المجتمع.

ثانيا: أهمية وأهداف الدراسة

1- أهمية الدراسة:

- ❖ تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها محاولة علمية تساهم في إثراء البحث العلمي والمكتبي.
- ❖ تكمن أيضا أهمية الدراسة من حيث أنها تصبوا لمعالجة ظاهرة اجتماعية متفشية قد تؤثر على الجيل القادم.
- ❖ التوصل إلى نتائج علمية تمهد للباحث الطريق للوصول، إلى مدى تأثير صفحات الموضة على لباس الطالبة.

2-أهداف الدراسة:

إن القيام بأي بحث علمي من الأبحاث في علم اجتماع يتطلب تحقيق أهداف معينة، وبذلك فإن هذه الدراسة تهدف إلى تحقيق هدف رئيسي وهو الوقوف على مدى تأثر الطالبة الجامعية بصفحات الموضة على مواقع التواصل الاجتماعي وعليه حددت الأهداف التالية:

- ❖ التأكد من صحة الفروض.
- ❖ تسليط الضوء على خطورة هذه الظاهرة.
- ❖ التعرف على طريقة لباس الطالبات في الواقع الذي تعيش فيه من خلال إستجوابهن في الميدان.
- ❖ استنطاق بعض النظريات المفسرة للظاهرة.

ثالثا: إشكالية وفرضيات الدراسة

1- الإشكالية:

يعتبر الاتصال قديم قدم الوجود البشري لذلك يعد أهم ركيزة يعتمد عليها الانسان للتواصل مع غيره، ولقد تعددت أشكال الاتصال ومراحل تطوره بناءا على تقدم الإنسان وتوسع محيطه الاجتماعي، حيث بدأ من خلال الاتصال غير اللفظي ولغة الإشارات مرورا بالتخاطب والاتصال اللفظي في العصر الحجري وصولا للاتصال الكتابي الذي عرف أيضا عدة مراحل إلى أن تم اكتشاف الطباعة ووسائل الإعلام كالتلفزة والراديو، وخلال القرن العشرين تم التوصل إلى اكتشاف الانترنت وانتشرت في كل أنحاء العالم.

وكان للانترنت دور كبير في الحياة الاجتماعية، إذ أنها سهلت التفاعل والتواصل وتبادل المعارف والآراء والخبرات و المعلومات و جعلت من العالم قرية صغيرة.[1]

وبظهور الانترنت ظهر ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي والتي أصبحت محل تجمع كل شرائح المجتمع، وتعددت أنواع هذه المواقع ومن أكثر المواقع استخداما نجد الفايسبوك، الانستغرام، تويتر، يوتيوب... والتي جعلت من الاتصال مباشرا صوتا وصورة حيث أصبحت تضم نسب متفاوتة من المتابعين والمشتركين لما تقدمه من خدمات مختلفة من التواصل والتعارف والتسلية...الخ

وعلى غرار مختلف بلدان العام المتطورة منها والنامية شاع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، حيث أصبحت محض اهتمام كل فئات المجتمع وخاصة الشباب، اذ توفر هذه المواقع الوقت

---

[1]- درابلية فدوى."دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية:دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعية أصدقاءالقالة و جمعية ايادي الخير القالة ولاية الطارف". مذكرة ماستر، قسم علم الاجتماع،جامعة الشادلي بن جديد الطارف،2018-2019، ص08

للاتصال بشكل أسرع، إذ يستطيع شخص في دولة الاتصال وتبادل الحديث بسهولة وسرعة فائقة صوتا وصورة مع أي شخص في دولة أخرى، فهي لا تحتاج إلى جهد فاستخدامها سهل وبسيط ولا تحتاج إلى تكاليف كبيرة، فهي تتيح إمكانية إرسال صور وفيديوهات مجانا وهذا ما ساعد على اهتمام وانشغال الأفراد بمواقع التواصل الاجتماعي.

ووفقا للإحصائيات التي توصلت إليها شركة " أمار " للبحوث والاستشارات لسنة 2017 كشفت الدراسة التي أجريت ما بين 02 فبراير و01 مارس على عينة من 3000 فرد يمثلون 28،44 مليون ساكن من ذكور وإناث بلغ سنهم 15 عاما فما فوق في الأوساط الحضرية والريفية عبر كامل التراب الوطني أن 13،10 مليون جزائري من البالغ سنهم 15 عاما فما فوق يتصفحون يوميا الانترنت وهو ما يمثل نسبة 46% من هذه الشريحة من المجتمع وأن حوالي 10،82 مليون جزائري من هذه الفئة العمرية يترددون على مواقع التواصل الاجتماعي أن نسبة 38% من عدد السكان، والفايسبوك يحتل الصدارة في الجزائر بأكثر من 9،7 مليون زيارة يوميا، و يزور يوميا أكثر من 3.7 مليون جزائري من البالغ سنهم 15 سنة فما فوق موقع اليوتيوب و أكثر من 500000 غوغل و انستغرام، أما وادكنيس المختص في البيع على الانترنت فيزوره 300000 شخص يوميا من نفس الفئة العمرية.[1]

ومن جهة أخرى فقد تعددت الصفحات واختلفت عبر مواقع التواصل الاجتماعي منها الإخبارية، الثقافية، الدينية... ومن بينها صفحات خاصة بالموضة والأزياء التي أصبحت " من بين الظواهر الاجتماعية التي بإمكانها أن تشغل اهتمام الباحثين اليوم في علم الاجتماع هي ظاهرة اللباس عند الشباب الجزائري وبالخصوص عند فئة الطلبة الجامعيين، وهذا ربما راجع على ما تحظى به هذه الشريحة من مؤهلات نفسية وفكرية تساعدها في اختيار نوع اللباس الذي يتسنى للطالبة في أن تجسد

[1]– فدوى درابلية، مرجع سابق،ص09.

أفكارها فيه ورغباتها ومثلها الأعلىذا بالإضافة إلى ما يتميز به الوسط الجامعي من تعدد التيارات الفكرية وإمكانيات الاتصال بمختلف المجالات الثقافية مما يتيح الفرصة للطالبة الجامعية في اعتناقا وبناء تصورات جديدة لاتجاهاتها وإيديولوجياتها ومما يمكنها في اختيارها لمناهج الحياة المناسبة لميولها ومعتقداتها والتعبير عن ذلك بكل حرية".[1]

وهو جعل الطالبة الجامعية تتأثر بالصفحات الغربية الخاصة بالموضة والأزياء مما أدى بها إلى تقليد ومحاكاة طريقة اللباس من خلال ما ينشر في تلك الصفحات، خاصة إذا كان الحجم الساعي المستغرق كبير في متابعتها لكل ما هو جديد في عالم الموضة والأزياء، ولذلك لا يمكن اعتبار اللباس مظهرا خارجيا فقط بل بإمكانه أن يحمل دلالات عديدة وعميقة خاصة إذا كان لا يتماشى مع قيم و عادات وثقافة المجتمع .

ومن خلال ما تقدم تسعى هذه الدراسة الراهنة إلى الإجابة على سؤال الانطلاق التالي:

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في طريقة لباس الطالبة الجامعية الجزائرية؟

و هذا الأخير تفرعت عنه الأسئلة التالية :

- **هل متابعة الطالبة لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على طريقة لباسها؟**
- **ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تقليد الطالبة الجامعية بطريقة اللباس الغربي؟**
- **هل الحجم الساعي لمتابعة الطالبة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على طريقة لباسها؟**

[1]– بلخير مباركة. " تأثير القنوات الفضائية وبرامج الموضة على طريقة لباس الطالبة الجامعية"مدكرة ماستر، قسم علم الاجتماع، جامع الشاذلي بن جديد الطارف، الجزائر، 2015–2016، ص07.

2- صياغة فرضيات الدراسة:

- **متابعة الطالبة لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على طريقة لباسها.**
- **تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تقليد الطالبة الجامعية بطريقة اللباس الغربي.**
- **الحجم الساعي لمتابعة الطالبة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على طريقة لباسها.**

رابعا: تحديد المفاهيم

تكتسي تحديد المفاهيم في مجال البحث العلمي عامة والبحث الاجتماعي خاصة أهمية كبرى، نظرا للاختلافات الكبرى بين الإنسان العادي والباحث الاجتماعي من جهة، وبين الباحثين أنفسهم على اختلاف مشاريعهم العلمية والبحثية من جهة أخرى حول معاني مدلولات هذا المفهوم أو ذاك، إذ غالبا ما تبدو لنا بعض المفاهيم أنها جد مألوفة ومعتادة حال الثقافة والتغير الاجتماعي وغير ذلك،[1] لذلك فهي من الأدوات البحثية التي تنقل من خلالها أفكارنا النظرية إلى الواقع ملموس وعلى الباحث مراعاة ذلك عند صياغة هذه النماذج من تدقيق وتحديد المفاهيم بشكل يسهل على القراء إدراك المعاني والأفكار التي يريد التعبير عنها [2].ويعرف المفهوم بأنه:" مجموعة الاستدلالات الذهنية المنظمة التي يكونها المتعلم من الأشياء أو الأحداث المتوافرة في البيئة."[3]

---

[1]- نادية سعيد عيشور. **منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية.** الجزائر: دار رأس الجبل للنشر والتوزيع، 2017، ص 61.

[2]- نذير بوحنيكة،"عنف الفروع ضد الأصول في ظل التغير الاجتماعي: دراسة لحالات من الأولياء بولايات الشرق، الوسط، الغرب الجزائري". رسالة دكتوراه علوم، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر- 2 – الجزائر، 2016-2017، ص 12.

[3]- سلام بوجمعة." تعليم وتعلم المفاهيم العلمية: مادة علوم الطبيعة والحياة نموذجا". مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر، 2012، ص 61.

إذا فإن تحديد المفاهيم من أهم الخطوات في كل بحث علمي لإزالة اللبس والغموض عليها، و من خلال بحثنا المعنون بـ:" **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليها لباس الطالبة الجامعية** "، ومن خلال فرضيات الدراسة تم تحديد المفاهيم التالية: " **التواصل الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي، اللباس، الطالب الجامعي، الموضة**".

1- التواصل الاجتماعي:

❖ **لغة:** هو مشتق من الفعل تواصل الذي يحمل معنى التلطف والتواصل والتقرب في الوصول إلى الشيء والتواصل ضد التصادم والتواصل الاجتماعي هو الاتصال والتفاعل الاجتماعي، الذي تفرضه العلاقات الاجتماعية والإنسانية، حيث يحصل هناك كل أنواع الاحتكاك والتواصل الاجتماعي وهذا ما تدعوا له أغراض الحياتية والمعيشية للفرد والجماعة في مجال الحياة العامة.

- اصطلاحا:

يعرفها **زاهر راضي:**" بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثمة ربطة عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات والهوايات نفسها ".[1]

كما يعرفها **الدكتور سلمان بكوين كران:**" بأنه هو المقياس لكيفية تضافر الناس وتفاعلهم مع بعضهم البعض وعلى المستوى الفردي، يتضمن التواصل الاجتماعي نوعية وعدد العلاقات التي تربط

---

[1]- عمر عطلاوي:" أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في الحصول على المعلومة الرياضية". مذكرة ماستر أكاديمي، قسم الإعلام والانتقال الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة،الجزائر، 2016-2017، ص 22.

الفرد بالآخرين في الدائرة الاجتماعية التي تشمل العائلة والأصدقاء والمعارف وبعيدا عن مفاهيم المستوى الفردي هذه فإنه يتضمن علاقات تتخطى الدوائر الاجتماعية للفرد وحتى المجتمعات الأخرى،[1] و يقدم هذا التواصل، الذي يمثل واحدا من العديد من عوامل التماسك في المجتمع، مزايا لكل من الأفراد و المجتمع.

ويقصد من هنا بالتواصل الاجتماعي بأنه تفاعل وتواصل الأفراد فيما بينهم ومشاركتهم مختلف المعارف والأفكار.[2]

- مفهوم التواصل الاجتماعي إجرائيا:

إن المقصود بالتواصل الاجتماعي في هذه الداسة هو تفاعل الأفراد فيما بينهم عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يتم من خلاله تبادل الأفكار والثقافات والتعبير عن وجهات نظر الأفراد أو الجماعات، كما يساهم على تفاعل المنظمات بعضها ببعض، وبذلك فإن التواصل الاجتماعي عامل من عوامل التماسك الاجتماعي.

2- مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت الدراسات التي طرحت مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي حيث تشابهت البعض في جوانب واختلفت في بعضها الآخر.

- **لغة:** جاء في قاموس odisi:هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.

---

[1]- سليمان بن كران. **الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي**. الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع، 2015، ص 159.

[2]- سليمان بن كران، مرجع سابق، ص 159.

- اصطلاحا:

تعرف بـ " سمة اللدعة " مواقع التواصل الاجتماعي:" هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر[1]، مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، كما تتنوع أشكال وأهداف الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام و تكوين الصدقات حول العام وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافيكس".[2]

ركز هذا التعريف على ظهور هذه المواقع أي مواقع التواصل الاجتماعي وأهميته في عملية التواصل و التعريف الموالي سيتطرق لأهم الخدمات التي تقدمها هذه المواقع.

وهي كذلك منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح كمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية، وهي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل والنشاط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض ويمكن

---

[1]- كابتن فارس وعقون دنيا." أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشباب الجزائري: دراسة وصفية مسحية على عينة من الشباب". مذكرة ماستر أكاديمي، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم بواقي، الجزائر، ص 34.

[2]- نفس المرجع، ص 34.

أن تشمل هذه الميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعة النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات).[1]

في هذا التعريف تم التركيز على أهم الخدمات التي تقدمها هذه المواقع للفرد، ولكن في التعاريف السابقة لا يتم التطرق إلى وسائل المستعملة لاستخدام هذه الوسائل وهذا ما أوردناه في التعريف التالي:

– هي صفات على الإنترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل الثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، فضلا عن التواصل بين المستخدمين ومن ثم فوسائل التواصل الاجتماعي ليست كوسائل الإعلام التي لا تخرج إلا من مصدر واحد أو من موقع شبكي ثابت وإنما هي وسائل للتواصل صممت خصيصا لتتيح للمستخدمين إيجاد (إنتاج) المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومع مصدرها.[2]

– مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إجرائيا:

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي من خلال مدلولها الوظيفي في الدراسة هي مجموعة مواقع للتفاعل والتواصل بين الأفراد على شبكات الإنترنت يتصفحها جميع الفئات من بينها فئة الطالبات الجامعيات، للإطلاع على برامج وصفحات تثقيفية وإعلامية و لتبادل الأفكار والمعلومات.

3– اللباس:

[1]– أحمد عصام ." تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري: دراسة وصفية حول الخصوصية و البني القيمية للأفراد". مذكرة ماستر أكاديمي، قسم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2013، ص ص 23– 24.

[2]– شينا كايسر. **وسائل التواصل الاجتماعي. دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية.** ترجمة شركة بانغلوس،السويد: المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، 2015، ص 11.

- **لغة:** جاء في لسان العرب لابن منظور:" اللبس بالضم مصدر قولك لبست الثوب و اللباس ما يلبس و ثوب لبس إذ كثر لبسه.

- **اصطلاحا:**

تعرف **الدكتورة " علية عابدين** " الملابس على أنها:" هو الشيء المنسوج من الشعر[1] أو الصوف أو القطن أو جلد الحيوان أما ملبس فهي تعني الملابس التي تغطي الجسم كله بأنواعها المختلفة الداخلية والخارجية و مكملة الزينة."[2]

إذا فاللباس حسب الدكتورة عابدين اللباس هو شيء من الصوف او القطن يغطي الجسم و في التعريف الموالي سنتطرق لقواعد اللباس و تغيره بين المجتمعات.

يعرف اللباس لجماعة معينة كمجوعة قطع وقواعد تركيبية بعضها إلزامية و بعضها اختيارية و يعتبر تغير الأنظمة اللباسية كإحدى النتائج الأكثر وضوحا للمثقفة، خلال الفترة الانتقالية التي سبقت الإعراض الكامل عن اللباس التقليدي، بسبب تخفيف القطع الإجمالية وإدخال قطع جديدة بظهور قواعد تركيبية جديدة.

ويتغير اللباس من مجتمع لآخر تبعا لمعطياته الدينية و الاجتماعية.[3]

نلاحظ من خلال هذا التعريف أنه تم التطرق إلى اختلاف اللباس من مجتمع لآخر ومن ثقافة لأخرى لهذا لا بد من تعريف اللباس في المجتمع الإسلامي.

---

[1]– بوتقرابت رشيد." ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي: دراسة ميدانية لطلبة جامعة الجزائر". رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر2، الجزائر، 2007، ص 12.

[2]– نفس المرجع، ص 12.

[3]– بلعربي عبد القادر." علاقة الطلبة الجامعية باللباس: دراسة أنثروبولوجية". رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2009، ص 13.

- مفهوم اللباس في الإسلام:

وعن الشريعة الإسلامية إلى الفضيلة و العفاف و ستر العورة، من أجل هذا تبين أسس اللباس الشرعي الإسلامي مع العلم أن مصطلح اللباس مأخوذ من اللبس و يعني الملابسة والقرب و المخالطة.[1]

- مفهوم اللباس إجرائيا:

اللباس هو ستر الجسم، واللباس الذي نفتقده في بحثنا هو ذلك اللباس الذي يساير الموضة و العصر، وهو اللباس الذي انتشر بين الشباب وخاصة الطلبة الجامعيين والذي معظمه مستورد من الغرب.

4- الطلبة الجامعيين:

هي فئة اجتماعية من فئات المجتمع هي جزء من فئة الشباب لا تزال خارجة عن دائرة العمل، هي في حالة تكوين ثقافي جامعي موجه أساس لتكوين النخبة والإطارات المستقبلية.[2]

كما يعرف الطالب الجامعي على أنه هو الذي يتلقى دروس ومحاضرات والتدريب على كيفية الحصول على المعلومات في مؤسسة التعليم العالي للحصول على شهادة.[3]

---

[1]- ساجدة، أبوصوي. "مفهوم اللباس".www.mawdou3.com تاريخ التصفح 22-03-2020، الساعة 10:00.

[2]- بوتورابت رشيد، مرجع سابق، ص 21.

[3]- مزيش مصطفى. "مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية: دراسة ميدانية بجامعة منتوري". رسالة دكتوراه علوم، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009، ص 24.

- مفهوم الطالب الجامعي إجرائيا:

إن المقصود بالطالب الجامعي في هذه الدراسة هو مجموع الطالبات اللواتي يعملن على طلب العلم والمعرفة، ويزاولن الدراسة في الجامعة من خلال الانتقال من المرحلة الثانوية بعد حصولهن على شهادة البكالوريا حيث يتم تكونهن أكاديميا من أجل الحصول على شهادة عليا (ليسانس، ماستر، دكتوراه)، ونجد أن أغلبيتهن من فئة الشباب.

5-الموضة:

الموضة كلمة لاتينية الأصل وقد أستعملها الكتبة، بدلا من الزي وهو في الأصل الهيئة وعند أهل اللغة هيئة الملابس .

- **الموضة من وجهة نظر علماء الاجتماع:** هي ظاهرة اجتماعية تعني الممارسة التي تستسيغها الجماعة و تتقبلها على اقتناع خاص أو تقليد الآخرين فتنتشر بين كثير من الأفراد.

من خلال هذا التعريف قام علماء الاجتماع بتحليل الموضة كظاهرة اجتماعية و بما أنها تخص الفرد لا بد من تعريفها من:

- **وجهة نظر علماء النفس:** فالموضة لها سيطرة على أغلب الناس في مجتمعنا الحديث ولها سحر لنفوسهم لأنها تنطوي على إغراء و جاذبية يتعلق بها خيالنا وإحساسنا فالموضة اللباسية مفهوم يستعمل للتعبير عن التحول والتغيير في اللباس.[1]

[1]- طالبي حفيظة. "تعدد أشكال الحجاب وعلاقته بالتغير الاجتماعي في المجتمع الجزائري". رسالة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2014، ص ص 33- 34.

كما تعرفها **حنان عثمان:**" أن الموضة كلمة فرنسية الأصل عادة تشير إلى النمط الرائج للملابس والأحذية والمجوهرات وغيرها وقد تشمل حتى الأثاث وعلى الرغم من أن تاريخ الموضة يرجع إلى عصور غابرة إلا أنه لا يزال اليوم أي العصر الحديث.[1]

وفي موضع آخر تعرف الموضة: على أنها مفهوم يستعمل لتعبير عن التحول والغير في اللباس في علم الاجتماع الموضة عبارة عن عملية تحول مستمرة و في اتجاه دائري لاختيارات معينة لعناصر مجتمع معين و في كل المجالات.[2]

- مفهوم الموضة إجرائيا:

نقصد بالموضة من خلال هذه الدراسة أنها نوع من أنواع اللباس العصري المستوردة من الغرب وهو نوع من أنواع الحجاب أنتشر في أوساط الفتيات و بالخصوص الطالبة الجامعية يتوفر على بعض شروط الحجاب و لكنه يخضع لآخر صيحات الموضة من حيث الشكل واللون والقماش ويقتصر فقط على تغطية الشعر.

[1]- حنان عثمان. "ما هي الموضة" . http : media.ampi-lain.com، تاريخ التصفح 05-03-2020، الساعة 13:00.

[2]- بوترتوات رشيد، مرجع سابق، ص 20.

خامسا: الدراسات السابقة

من الواجب عليتا قبل الشروع في أي بحث ذكر الدراسات السابقة والمتشابهة وتسليط الضوء على ما توصل إليه العلم والعلماء في الميدان للاستفادة من تجارب الآخرين وإنجاز بحث على النحو الأفضل، والتطرق إلى الدراسات السابقة تكمن في أنها تدل الباحث على المشكلات التي تم إنجازها من قبل أو المشكلات التي لا زالت في حاجة إلى دراسة أو بحث[1]، وقد تم ترتيب الدراسات السابقة من حيث البلد و قد تم عرض كل دراسة من خلال ذكر اسم الباحث، عنوان الدراسة، أهدافها، الإجراءات المنهجية المتبعة وأهم النتائج التي توصلت إليها، مع إخضاع كل دراسة لما تستحقه من تقييم ومناقشتها وتوضيح الاختلاف الجوهري [2] وعليه قمنا بعرض الدراسات السابقة كما يلي:

- الدراسة الأولى:

دراسة مها كيال، المعنونة ب " البعد الاجتماعي للباس في طرابلس " 1985.

1-أهداف الدراسة ونتائجها:

- ❖ أن هذا العمل مكرس لدراسة العلاقة ما بين اللباس و المجتمع لمدينة طرابلس و تحديد دور اللباس كأداة لتوصيل رموز تصنيف الفئة العمرية التي تنتمي إليها الجنس و الانتماء العرقي و الديني و الاجتماعي.
- ❖ إذا تخصص هذا العمل لدراسة الدور الدلالي السيميولوجي للباس في طرابلس حسب الباحثة هو حجة للتعرف على المجتمع عن طريق المظهر اللباسي.

---

[1]- ببوشة وهيب ."تحديد متطلبات التوجيه الرياضي القاعدي للموهوبين من الناشئين". أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، الجزائر، 2017- 2018، ص 13.

[2]- منصور نعمان وغسان. **البحث العلمي حرفة وفن**. الأردن: درا الكندي للنشر والتوزيع، 1998، ص 58.

❖ ترى الباحثة مها أن بلوغ هدف الدراسة يتطلب بحثا جادا بالنظر إلى الدور الاجتماعي المعقد لموضوع اللباس دون إغفال أن هذا الأمر هو في نفس الوقت اداة للحماية و الزينة و يضاف إلى ذلك صعوبة الفصل بين هذه الوظائف للباس.

2- تقييم الدراسة:

هناك تشابه بين هذه الدراسة و الدراسة الحالية من خلال موضوع اللباس فدراسة مها كيال خصصت بكاملها للباس المرأة بصفة عامة محدداتها، وظائفها....، إلا أن دراستنا الحالية تبحث في مدى تأثر الطالبة الجامعية بالموضة واللباس.

- الدراسة الثانية:

دراسة بلعربي عبد القادر، المعنونة ب " علاقة الطالبة الجامعية باللباس " 2009.

1- أهداف الدراسة:

- الرغبة في التعرف على أسرار اللباس الأنثوي وأشكاله وأنواعه.
- الوصول إلى المعطيات الثقافية والخصائص البيئية والمحلية التي تحدد اللباس.
- اكتشاف كافة الألبسة المخصصة للخروج الموجودة في الجامعة.
- الأهداف التي تدفع إلى تنوع اللباس واختلاف تفعيلاته وتغير ألوانه وأشكاله حتى أصبح محظ أنظار النساء والرجال.

2- الإجراءات المنهجية للدراسة:

اعتمد الطالب المنهج الأثنولوجي كما استخدمت الملاحظة بالمشاركة والمقابلة كأدوات لجمع البيانات.

وكانت الدراسة في البداية تنصب على الملاحظة لمجتمع البحث ككل، في فترة زمنية معينة اختار الطالب عبد القادر عشوائيا حيث كان عدد الطالبات 700 مع مراعاة دخول وخروج نفس الطالبة.

3- نتائج الدراسة:

- الجامعة هي فضاء جديد لأغلبية الطالبات و مكان للحرية و التخلص من المراقبة لأفراد الأسرة.
- يتوفر الفضاء الجامعي على مجموعة من الأشكال اللباسية المتنوعة، و تنوعها يرتكز على القطع المكونة للباس ككل، و وجدت الطالبة أن ما يسمى بالحجاب العصري هو الذي يطغى على بقية الألبسة الأخرى و يتكون من السراويل بأنواعها و...تساعد هذه القطع الجديدة الطالبة على التحرك بخفة و رشاقة مشيا أو جريا أو جلوسا على الأرض دون الخوف من التعثر.
- تتمسك بعض الطالبات بما يسمى بالحجاب أو الجلباب و يدافعن عنه بأنه هو الأنسب بحكم أنه لا يكشف جسد الطالبة الذي يثير شهوة الذكور، بينما تقرأ أخريات أنه لا سبيل إلى إتباع الموضة إلا هذا اللباس الذي لا يكلف غاليا و يستر ما وجد من قبح و و عيوب.
- أي لباس هو مقبول من طرف الطالبة مادام يستر الجسد و يلاءم موضة المكان و الزمان و هذا ما جعل أغلبية الطالبات يتبنين هذا النوع من اللباس الذي غلب على أجواء الجامعة لأنه لا ينفي الثقافة الأصلية و يتلاءم مع الموضة و الأزياء العصرية.

4- تقييم الدراسة:

يوجد تشابه بين الدراسة الحالية و دراسة بلعربي عبد القادر من خلال دراسة علاقة الطالبة باللباس، إلا أنه مع هذا التشابه يوجد بعض الاختلافات من حيث أن الدراسة الحالية تبحث على تأثير مواقع

التواصل الاجتماعي في لباس الطالبة بينما الدراسة السابقة تبحث عن علاقة الطالبة الجامعية باللباس بصفة عامة.

- الدراسة الثالثة:

دراسة بلخير مباركة، المعنونة بـ " تأثير برامج الموضة في القنوات الفضائية على طريقة لباس الطالبة الجامعية " 2015-2016.

1- أهداف الدراسة:

- التدرب على البحث العلمي
- التأكد من صحة الفروض
- محاولة التعرف على طريقة لباس الطالبات في الواقع المعيشي
- استنطاق النظريات المفسرة للظاهرة بناءا على نموذج أو نوع المعاينة المتبعة للدراسة.

2- الإجراءات المنهجية للدراسة:

انطلقت صاحبة الدراسة من الفرضيات التالية:

- هناك علاقة بين الحجم الساعي لمشاهدة الطالبة الجامعية للقنوات الفضائية وبرامج الموضة على طريقة لباسها.
- تتأثر الطالبة الجامعية بطريقة لباس المشاهير من خلال متابعتهن للقنوات الفضائية وبرامج الموضة على طريقة لباسها.
- نقص الرقابة الوالدية في متابعة الطالة للقنوات الفضائية وبرامج الموضة على طريقة لباسها.

واعتمدت الطالبة المنهج الوصفي في البحث، كما استخدمت الملاحظة والاستبيان كأدوات لجمع البيانات.**و**اختارت الطالبة عينة قصدية قوامها 60 مفردة

3- نتائج الدراسة :

- اتضح أن فرضيات الدراسة قد تحققت وأن القنوات الفضائية وبرامج الموضة تؤثر فعلا على طريقة لباس الطالبة الجامعية.
- كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة من الطالبات يتابعن القنوات الفضائية المخصصة لبرامج الموضة و ذلك بنسبة 80%.
- أسفرت الدراسة أن معظم الطالبات صرحن بأن الحجم الساعي له تأثير من خلال مشاهدة برامج الموضة و ذلك بنسبة 61.67%.
- كشفت الدراسة أن معظم الطالبات معجبات بالنساء المشاهير و ذلك بنسبة 73%.
- خلصت الدراسة أن معظم الطالبات ينجذبن للباس النساء المشاهير بسبب تفعيلة اللباس حيث بلغت النسبة 41.67%.
- أثبت نتائج الدراسة أن معظم الأولياء موقفهم السكوت من أفراد العينة عند رؤية لباسهن على الطريقة التي بثتها برامج الموضة حيث قدرت النسبة ب 70%.
- كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة الذين أجابوا بأن أولياءهم يفرضون عليهم أن يكون لباسهن محتشم بنسبة 55.56%.

4- تقييم الدراسة:

هناك تشابه بين الدراسة الحالية ودراسة بلخير مباركة، كما أنه هناك تشابه في بعض الفرضيات وذلك من خلال دراسة طريقة لباس الطالبة الجامعية، إلا أنه مع هذا التشابه الكبير يوجد بعض الاختلافات من حيث أن الدراسة الحالية تبحث على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في طريقة لباس الطالبة الجامعية بينما الدراسة السابقة تبحث على تأثير برامج الموضة في القنوات الفضائية على طريقة لباس الطالبة الجامعية.

- الدراسة الرابعة:

دراسة حراث جديدة التي تحمل عنوان " تأثير الدراما التركية على ثقافة اللباس عند الطالبة الجامعية " 2018.

1- أهداف الدراسة:

- التعرف على جانب من تاريخ اللباس.
- اكتشاف كافة الألبسة المخصصة للخروج و الموجودة في الجامعة.
- الوقوف على الأغراض و الأهداف التي تدفع إلى تنوع اللباس والاختلاف تفعيلاته وتغير ألوانه وأشكاله حتى أصبح محط أنظار النساء والرجال.

2- الإجراءات المنهجية للدراسة:

انطلقت الباحثة من التساؤلات التالية:

- ماذا تلبس الطالبة في الجامعة؟
- لأي غرض تضع الطالبة الجامعية نوعا معين من اللباس؟

- ما هي السلوكيات والممارسات للطالبات في الفضاء الجامعي؟

وتم الاختيار عشوائيا حيث اختارت الطالبة 600 طالبة مع مراعاة إمكانية دخول أو خروج نفس الطالبة.

3- نتائج الدراسة:

- تعددت الآراء حسب الطالبات فهناك من ترى أن التقليد في اللباس هو تقليد عصري وهناك من ترى أن اللباس التقليد هو احترام للعادات والتقاليد وهناك من تقول أن اللباس التركي يجب مزجه مع اللباس التقليدي وهذا لكي يبقى ضمن الستر.
- الطالبات الجامعيات هن الأكثر تعلقا بالموضة التركية على حساب المحيط إذ توفر لهن الجامعة نوعا من الحرية و الاستقرار.
- اللباس عند الفتيات هو ذوق خاص بكل واحدة منهن وهو حسب البعض منهن تغير عن شخصية الإنسان و معرفة طريقة تفكيره.

4- تقييم الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات المفيدة في الحقل السوسيولوجي التي تعالج موضوع اللباس عند الطالبة الجامعية وهذا ما لاحظناه بأن هذه الدراسة تتقارب وتتشابه مع الدراسة الحالية باعتبار كلا الدراستين تدرس طريقة لباس الطالبة الجامعية إلا أنه رغم هذا التشابه يوجد بعض الاختلافات من خلال الدراسة الحالية تهتم بدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في لباس الطالبة في حين اهتمت الدراسة السابقة بتأثير الدراما التركية على ثقافة اللباس عند الطالبة، وهناك اختلاف في وسيلة التأثير في لباس الطالبة الجامعية.

من خلال الدراسات السابقة استطعنا أن نحدد مسار دراستنا، والجوانب الأساسية التي سيقوم عليها موضوع بحثنا الحالي، حيث أن هذه الدراسات أضافت لنا الكثير على عدة أصعدة:

- الصعيد النظري:

بناء الإطار المنهجي للدراسة وتناول نواحي بحثية أهملها الباحثون في دراستهم السابقة أو لم يتطرقوا إليها بإسهاب والعمل على بلورتها.

- الصعيد الميداني:

التعرف على الميدان الاجتماعي الذي قام فيه الباحثون بدراساتهم الميدانية والنتائج التي توصلوا إليها ومقارنة النتائج مع بعضها.

- الصعيد المنهجي:

الاطلاع على الأساليب المنهجية التي اعتمد عليها الباحثون في دراساتهم السابقة والمصادر التي اتبعوها في معالجة الإطار النظري لبحوثهم والأدوات الأساسية التي استعانوا بها في جمع معلوماتهم والطرق والأساليب المتبعة، إضافة إلى الاستفادة من المقاربات النظرية التي تناولت موضوع لباس المرأة.

سادسا: المقاربة النظرية للدراسة

من المتعارف عليه أن كل باحث قبل اختياره لموضوع دراسته يجب أن يراعي عدة جوانب منها الفضول العلمي والميل الشخصي لدراسة هذا الموضوع والقدرة العلمية والمادية والفترة الزمنية وصولا إلى أهم مرحلة وهي أن يكون هناك تأسي وتعقيد لموضوع دراسته في النظريات السوسيولوجية أن لكل موضوع دراسة مقاربة نظرية خاصة به وتنطبق عليه إذ تعتبر المقاربة النظرية لموضوع الدراسة هي الزاوية التي يرى الباحث من خلالها موضوع بحثه وواقع الظاهرة، [1] حيث تعرف المقاربة بأنها " الاتجاه الفكري نحو موضوع ما ".[2]

وتكمن أهميتها من خلال قدرة الباحث على اختيار المقاربة النظرية المناسبة، وعليه فقد تبنينا مقاربة

- البنائية الوظيفية:

لقد استمدت نظرية البنائية الوظيفية أصولها من الإتجاه الوظيفي في علم النفس وخاصة النظرية الجشطالتية، فهي لا تهتم بالبحث عن أصل الأسرة وتطورها، بل تنظر إليها بوصفها نسقا اجتماعيا ذا أجزاء مكونة يربط بينها التفاعل، والاعتقاد المتبادل، فضلا عن دراسة العلاقة بين الأجزاء والكل.[3]

وقبل تعريف البنائية الوظيفية كنظرية تقوم بتحديد المفاهيم التي تتركب منها وهي: البناء الذي يعرف

---

[1]– هشام سبع. "المقاربة النظرية". http :DZ JUSTYOO.COM، تاريخ التصفح 19-02-2020، الساعة 17:25.

[2]– نذير بوحنيكة، مرجع سابق، ص 41.

[3]– دهيمي زينب. "التغير الاجتماعي داخل الأسرة الجزائرية: دراسة مقارنة بين الأسرة الممتدة والأسرة النووية الحديثة". مدكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2012، ص 05.

بأنه مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع، في حين تعتبر الوظيفة مساهمة بشكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.[1]

ومن هنا يتضح لنا مفهوم البنائية الوظيفية:" البحوث والدراسات التي يتمحور اهتمامها في شكل أو بناء أي وحدة أو يكون محور الاهتمام هو الوظائف التي تؤديها الوحدة في إطار البناء العام للوحدات أو البناء الكلي".

" رؤية سوسيولوجية تهدف إلى تحليل و دراسة بني المجتمع من ناحية الوظائف التي تقوم بها هذه البنى من الناحية الأخرى [2]، أي أن وحسب هذه النظرية أن المبدأ الأساسي هو تكامل وتماسك الأجزاء والأنساق وأي خلل يعيب أحد هذه الأنساق الفرعية فإنه يطرأ تغير وخلل وظيفي على النسق الكلي، وبطبيعة الحال أن هذه النظرية لم تأتي من هباء بل من نتاج أفكار العديد من العلماء ومن بينهم:

- **هربرت:** يقول في هذا الصدد:" أن النظم الإعلامية تقدم وظائف هي الإعلام والتحليل والتعليم والتنشئة الاجتماعية والسياسية والاقتناع والعلاقات العامة والترويج والإعلان والترفيه والفنون، وهذه الوظائف التي تقوم بها النظم الاعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها وتأثير وسائل الإعلام إن كان قابلا للنقاش إلا أنه من المتفق عليه أن وسائل الإعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع، وأي مجتمع صناعي آخر في العالم ".[3]

---

[1]- محمد عبد الحميد. **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. القاهرة: عالم الكتب، 2004، ص 31.

[2]- مقرانن سفيان. "مفهوم البنائية الوظيفية". MSSILA SOCIO6 YOO7: http، تاريخ التصفح 25-02-2020، الساعة 17:35.

[3]- بسام عبد الرحمان. **نظريات الإعلام**. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 99.

– **إميل دوركايم:** ظهرت نزعته الوظيفية بشكل واضح في كتابه " تقسيم العمل الاجتماعي " حين يقول بأنه يختلف من مجتمع لآخر، كما تحدث عن تضامن الاجتماعي التي تتسم بالبساطة يكون فيها التضامن تلقائي ميكانيكي لأن هناك شعور جمعي قوي ووحدة وتعاون في هذه المجتمعات ويرى أن اختلال التوازن يؤدي إلى عقوبة وتغلب فيها المصلحة العامة على الخاصة وتضامن عضوي يتواجد هذا النوع في المجتمعات المعقدة ويخضع لمبدأ توزيع العمل، يقتل فيه الشعور الجمعي وتطغى المصلحة الذاتية على العامة، تسعى لإصلاح الفرد، كما تحدث عن الانتحار وأرجعه لعدم إشباع المنظمات لحاجات الأفراد وإشباعها و قسمه لانتحار آثاري، أناني، أنومي لا معيارين قدري ويرى أن الدين قوة تكاملية في المجتمع يشترك فيها أفراد المجتمع.[1]

ومن هنا فان المبدأ الأساسي لهذه النظرية قائم على تكامل وتماسك الأجزاء والأنساق الفرعية وأي خلل يصيب أحد هذه الأنساق الفرعية فانه يطرأ تغير وخلل وظيفي على النسق الكلي وبإسقاط هذه النظرية بالموازاة مع موضوع الدراسة الموسوم بـ "**تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في لباس الطالبة الجامعية**" يمكن القول أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيرا كبيرا على الشباب و الطلاب و لها أدوار أهداف عديدة كالتواصل و تكوين العلاقات الاجتماعية، إلا أنه أصبحت في الآونة الأخيرة تهتم بنشر الموضة والأزياء ومجالات الزينة ففي ظل الإقبال الهائل للطالبات على استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة كل ما هو جديد في مجال الموضة والأزياء أصبح رواد مواقع التواصل الاجتماعي قد يكون دليل على وجود خلل في بناء المجتمع قد يرجع ذلك لتقليد موضة الغرب أو متوسط الحجم الساعي لمتابعة هذه الصفحات.

[1]– عبد الله محمد. عبد الرحمان. **النظرية في علم الاجتماع**. بيروت: دار المعرفة الجامعية ،2005، ص 16.

وعليه فان الطالبة هي عنصر مهم في المجتمع، و أي خلل يصيب هذا النسق فانه يؤدي لتفكيك البناء العام ويعتبر تأثيرها بموضة الغرب أو خروجها على العادات والتقاليد خلل وظيفي داخل هذا النسق.

الفصل الثاني: اللباس والموضة عبر مو اقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: مو اقع التواصل الاجتماعي

أولا: نشأة وتطور مو اقع التواصل الاجتماعي

ثانيا:خصائص مو اقع التواصل الاجتماعي

ثالثا:أشهر مو اقع التواصل الاجتماعي

رابعا: الآثار الايجابية والسلبية لمو اقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: اللباس التقليدي الجز ائري والموضة

أولا: اللباس في القرآن الكريم

ثانيا: وظائف اللباس

ثالثا:اللباس التقليدي الجز ائري

رابعا: استخدامات الموضة

خامسا: خصائص الموضة

خلاصة

تمهيد

يشهد العالم اليوم تسارعا كبيرا لوتيرة استخدام الانترنت إذ نلاحظ إقبال الأفراد على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للاتصال والتفاعل وتبادل الآراء والاهتمامات وتفعيل التفكير الإبداعي من خلال إنشاء موقع و ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أفراد آخرين لهم نفس الاهتمامات، ومن أهم هذه المواقع نجد: فايسبوك، انستغرام، تويتر....، وقد أصبحت الموضة وطريقة اللباس من أكثر الصفحات التي نلاحظها في الآونة الأخيرة، وذلك من خلال إنشاء صفحات مختصة بالموضة والأزياء.

وانطلاقا مما سبق ارتأينا إلى تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين أساسيين حيث تناولنا في المبحث الأول نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، وخصائصها، وأشهرها، وأثارها الايجابية والسلبية، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه اللباس في القران الكريم، ووظائف اللباس، واللباس التقليدي الجزائري، وفي الاخير استخدامات وخصصائص الموضة.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

أولا: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

صيغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في 1954 من قبل جون بارنز الذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن و ظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية من النوع البدائي و كانت قوائم البريد الإلكتروني من أوائل التقنيات التي سهلت التعاون والتفاعل الاجتماعي وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة.[1]

وبدأت مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور بشكلها الحديث في أواخر التسعينات وكانت البداية ظهور أول مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين زملاء الدراسة و المعارف من الروضة حتى الجامعة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1995 وهو موقع Classmates.com، وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وقسم كل ولاية إلى مناطق وقسم كل منطقة لعدة مدارس وجميعها تشترك في هذا الموقع.[2]

وفي سنة 2002 جوجل محرك البحث الأول يسجل 3 مليون موقع في هرسه، بحيث في 2003 يوجد 200 مليون جهاز مربوط على الشبكة العالمية وإطلاق أول موقع اجتماعي مخصص لتبادل الصور

---

[1]– بلقرع أحمد. مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعريريج: دراسة ميدانية على طلبة جامعة البشير الإبراهيمي". مدكر ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2017، ص 52.

[2]– نفس المرجع، ص 53.

وإضافة الأصدقاء وهو hyspace.com وكذلك إطلاق موقع لينكد إن. وفي 2005 إطلاق موقع يوتيوب لتحميل و تنزيل الأفلام المصورة وكذلك إطلاق مارك زاكربيرغ موقع فيس بوك.[1]

في 2006 يزداد التركيز على إنشاء المواقع ذات التواصل مع المستخدم وتعتمد على تقديم الطلبات، الصور، الأغاني وتبادل الملفات وتتوسع شبكة الفيس بوك موقعا للعالم وتوسع استخدامه تجاريا، وشهد هذا العام ظهور موقع تويتر أيضا.

وفي عام 2009 البدء بالحديث عن تطبيق إنترنت الجيل الجديد من شبكة الإنترنت لتقديم خدمة أسرع ومتنوعة بشكل أكبر.

واليوم صار الإنترنت صوت العالم الذي أنطق بلغاته المتعددة حيث أعلن الإتحاد الدولي للاتصالات أن عدد مستخدمي الانترنت في العالم وصل إلى ملياري مستخدم وعلى رأسهم مواقع التواصل الاجتماعي.

[1]– خالد غسان يوسف المقدادي. **ثورة الشبكات الاجتماعية**. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، دت، ص 53.

ثانيا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

1. المشاركة: فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل من أي مهتم وتلغي الخط الفصل بين وسائل الإعلام والمتلقين.

2. التجمع: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة و التواصل بشكل فعال ويربط ذلك التجمع اهتمامات مشتركة مثل القضايا السياسية وغيرها.

3. المحادثة: تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد مبدأ المعلومات ونشرها باتجاه واحد لكل المتلقين.

4. الانفتاح: مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات ونادرا ما توجد حواجز أمام الوصول إلى محتوى والاستفادة منه.

ومن مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

1. سهولة الاستخدام: تطورت مواقع التواصل الاجتماعي بحيث أصبحت سهلة الاستخدام، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الانترنت، لذا نجد أن كل ما يتطلب لاستخدام مواقع التواصل هو التدريب البسيط على الاتصالات

وتكنولوجيا المعلومات و في المقابل هناك بعض التطبيقات للأشخاص المتقدمين على التطبيقات وهي بسيطة في التعميم.[1]

2. التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين.

3. تشكيل المجتمع بطرق جديدة: على الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التطبيقات الإلكترونية، إلا أن موقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبلا جديدة للاتصال فقد ينضم المستخدمون لمجتمعات قراءة الكتب والاتصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يحبونها.

4. نقل البيانات: تسمح غالبية مواقع التواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض مواقع أصدقائهم، وقد مكن نقل البيانات المتاحة في هذا الموقع المستخدم من استعراض موقعه ومشاركته مع عامة الناس والأصدقاء وتوفر بعض المواقع تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين الأعضاء الآخرين وبعض التطبيقات التي تم استخدامها بكثرة في الاحتجاجات الشعبية الأخيرة في البلدان العربية.[2]

---

[1]– قواسمية حنان. "مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين: دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية". مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي التبسي تبسة، الجزائر، 2010، ص 28.

[2]–مشتاق طلب فاضل. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي". **تكوين للعلوم السياسية**، العدد 12، 2017، ص ص 205– 206.

ثالثا: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

1- الفايسبوك: الفيسبوك بالإنجليزية pace look موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة بها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك لا يمكن للمستخدمين إضافة الأصدقاء بأنفسهم، إضافة إلى إرسال إليهم وسائل ويشير الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدراس التمهيدية في الولايات المتحدة، الفيسبوك يعني كتاب الوجه أو ألبوم الصور فيه عدة ميزات وضع الصور والفيديوهات وإنشاء تكتلات اجتماعية وهدفه بالدرجة الأولى هو تسهيل عملية الاتصال بين الناس ومن بين أشهر المواقع الاجتماعية في العالم في مواصفات تجعله أكثر الموقع استخداما، يمكنك التسجيل للحصول على مدونة خاصة بك على شكل موقع خاص بك وهو الذي سيتعامل به في إجراء اتصالات ببساطة وتجعل الأصدقاء يتفاعلون مع جميع نشاطك.[1]

تحول موقع الفيسبوك إلى واحد من أشهر المواقع العالمية وتجده منذ منتصف عام 2007 من بين المواقع الأكثر شعبية في معظم الدول العربية و يقدر عدد المشتركين فيه حوالي 60 مليون مستخدم حول العالم ويحتل الموقع المراتب الأولى في كثير من الدول العربية ويأتي أحيانا في المرتبة الأولى، ويعتبر المصريون الأكثر استخداما.[2]

---

[1]- فؤاد شعبان وعبيدة صبغي. **تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة**. الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2011، ص ص 180- 181.

[2]- نفس المرجع، ص ص 180- 181.

2- التويتر: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغرة، ظهر عام 2006 كمشروع بحث قامت به شركة obrvious الأمريكية ثم انطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام.[1]

تطور موقع تويتر كثيرا خلال السنوات القليلة الماضية ولم يعد مجرد أداة تواصل شخصي بين الأصدقاء بل أصبح نافذة يطل منها مشاهير السياسيين والكتاب والرياضيين وغيرهم مع جمهورهم كما أصبح منصة إعلامية يتسابق من خلالها الصحفيون مع المدونين في تسجيل السبق وأصبح منصة تسويقية تحقق الكثير من الفائدة لمن يعرف كيف يستخدمها بشكل سليم، و من الأمور اللافتة للنظر أن تويتر دأب دائما على إضافة إمكانيات جديدة لمستخدميه ولذلك صار موقع التواصل الاجتماعي " تويتر " يتيح الفرصة للجميع للقيام بمسؤوليتهم المناطة بهم داخل المجتمع.[2]

3- أنستغرام: تطبيق مجاني لتبادل العصور وشبكة اجتماعية أطلق عام 2010 أضيف وأتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية.[3]

يمكن للأشخاص الذين لا يملكون حسابا على أنستغرام إلقاء نظرة على منشورات المستخدمين الآخرين عبر موقع أنستغرام على الانترنت لكن في حال رغبتهم في نشر تحديثاتهم الخاصة ومتابعة المستخدمين الآخرين لا بد من إنشاء حساب خاص على أنستغرام. [4]

---

[1]- علي خليل شقرة. **الإعلام شبكات التواصل الاجتماعي**. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 75.

[2]- مركز المحتسب للاستشارات. **دور مواقع التواصل الاجتماعي في احتساب تويتر نموذجا**. الرياض: دار المحتسب للنشر والتوزيع، 1483هـ، ص ص 38- 41.

[3]- نفس المرجع، ص ص 38- 41.

[4]- إسلام الزبون. "الأنستغرام". www.mawdou3.com : http، تاريخ التصفح 20-03-2020، الساعة 18:28.

4- اليوتيوب: موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني، ويسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.

تأسس موقع يوتيوب في فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة " باي بال " حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة و غيرها.[1]

وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رسميا للفنانين والسياسيين والهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم وأغانيهم أو منتجاتهم للعامة ومجانا بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبث برامج التوعية أو الحصص الإلكترونية عبرة.

ومن مميزاته: عام ومجاني، داعم لتحميل الأفلام، سهل الاستعمال، سهل البحث، اداة رائعة للترويج.

حيث أن اليوتيوب أداة تواصل اجتماعي ممتازة في حالة أردت إيصال رسالة واضحة عن فكرتك أو منتجك أو توجهك السياسي فتستطيع أن تصور مجموعة من الأفلام القصيرة باستخدام كاميرا فيديو رقمية منزلية أو حتى كاميرا هاتف محمول.

[1]- خالد غسان يوسف المقدادي. **ثورة الشبكات الاجتماعية**. عمان: دار النفئس للنشر والتوزيع، 2013، ص ص 43- 46.

وقد كان الفرد يتكلف كثيرا لمشاهدة أو تحميل القلم عبر الإنترنت و لكن مع التطور الوسائل ظهرت وسائل مبتكرة ورخيصة.[1]

رابعا: الآثار الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

1- ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- يعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين و تعليم أساليب التواصل الفعال.
- مشاركة الاهتمامات بين الأفراد.
- يساهم في التسلية والترفيه.
- ينشط المهارات لدى المستخدم.
- يعمق التفكير الإبداعي بأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة.
- يبقى الفرد على اتصال مع الأصدقاء والزملاء والأسرة.
- يساعد على العلم عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين.

2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- ظهور لغة جديدة بين الشباب.
- سرقة الهوية والاحتيال باعتبارها من المخاوف المزعجة التي تسببها مواقع التواصل والكثير من المقاومات الشخصية بحيث يمكن استخدامها كأدوات أنشطة غير مشروعة.
- إدمان الجلوس عليها مما يؤدي إلى إهدار الكثير من الوقت يعطل الكثير من المال.
- فتور الحس الأخلاقي نتيجة للكمية الهائلة المشحونة بالعنف بحيث تجعله مألوفا لدى الناس.

---

[1]- خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص ص 43- 46.

المبحث الثاني: اللباس التقليدي الجزائري والموضة

أولا: اللباس في القران الكريم

جاء لفظ اللباس أو الثياب في القران الكريم في مواقف و معاني مختلفة منها ما كان يقصد به السترة اي سترة العورة من أعين الناس، وهناك ما كان يقصد به حماية الجسم من حر الصيف وبرد الشتاء حسب اختلاف المناطق واختلاف أحوالها الجوية، وهناك ما كان يقصد به الزينة والجمال لان كما ذكر في تفسير القرآن سترة الجسم زينة والتعري يعني تقبيح و تشويه البدن وهنا الأمر يختلف للرجال عن النساء.[1]

يقول الله عز و جل: " وَالقَوَاعِدَ مِنَ النِسَاءِ اللاَّتِي لاَ يَرْجُونَ نِكَاحَا فَلَيْسَ عَلَيْهُنَّ جُنَاحٌ أَنْ يَضَعْنَ ثِيَابَهُنَ غَيْرَ مُتَبَرِجَاتٍ بِزِينَةٍ وَأَنْ يَسْتَعْفِفْنَ خَيْرٌ لَهُنَّ وَالله سَمِيعٌ عَلِيمٌ ".[2]

ويقول عز وجل: " يَا أَيُّهَا النَبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَ بَنَاتِكَ وَ نِسَاءَ المُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهُنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ وَذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يَعْرِفْنَ فَلَا يُؤْذِينَ وَكَانَ الله غَفُورًا رَحِيمًا ".[3]

ثانيا: وظائف اللباس

يهتم الإنسان بلباسه و مظهره كاهتمامه بمنزله أو عمله لذا ينتج عنه عدة وظائف.

---

[1]– بوتقراب رشيد. ظاهرة الاهتمام باللباس عن الشباب الجامعي. مرجع سابق، ص 62.

[2]– سورة النور الآية 60.

[3]– سورة الأحزاب الآية 59.

1- الحماية: كان اللباس عند الشعوب البدائية يؤدي وظائف بسيطة مثل الوقاية من المؤثرات الطبيعية كالحرارة و البرودة، فكان الناس يغطون أجسامهم ورؤوسهم من أشعة الشمس ومن الثلوج والبرد، الريح، والمطر...الخ.

وعلى هذا الأساس يرتدي قبائل الاسكيمو في المناطق الباردة الحذاء الطويل، السراويل والمعاطف السميكة، بينما يتخذ الرجل الإفريقي الذي يعيش في وسط المناطق الحارة قطعة قماش يلفها على وسطه او قميص يتخذه كلباس له.[1]

مع أنه نجد وظيفة الحماية هي الأكثر فائدة و لكنها أصبحت في عصرنا الحالي دون جدوى مقارنة بالوظائف الأخرى ذلك لان الإنسان المتحضر لم يلبس فقط بمجرد الشعور بالحرارة أو الحماية من برد الشتاء، فهذا مع مرور الوقت أصبح لا شعوري عند الإنسان بحيث طغت عليه الوظائف الأخرى.

2- الاحتشام:

هذه الوظيفة هي تقريبا عالمية وقديمة جدا نجدها عند الكثير من الشعوب، فالبرغم أن الإنسان البدائي لم يكن يميز أن للباس وظائف، ولكن أسطورة آدم وحواء في اكتشافهما لعوراتهما كان لها أثر في العصور البدائية و لهذا اخذ اللباس وظائف.

3- ستر العورة:

لقد لعب الجنس تقريبا في كل الحضارات دور كبير في ظهور اللباس، فمهما كان نوع اللباس فما هو في الأخير إلا سترة جنسية.

---

[1]- زاكي عزوف. **تصميم الأزياء**.عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع، 1995، ص 74.

فالدافع من ستر العورة إذا هي التي أدت بالرجال و النساء إلى إخفاء أعضاءهم التناسلية لكي لا يثير الشهوة أقرانهم.

4- الزينة و الجمال:

يرجع اهتمام الناس بالزينة والجمال وحب الظهور إلى اعتبار أن المظهر الخارجي هو الذي يحدد أسلوب العلاقات بين الأفراد، فعند التقاء شخصين مثلا يحدث من خلاله إرسال وتلقي لانطباعات ومعلومات عن طريق المظهر الذي يبدوان عليه، على شكل اتصال غير لفظي لدينا على خصائص الفرد وانتمائه الاجتماعي والثقافي.

فوظيفة اللباس إذا لا تقتصر على ستر البدن وإخفاء العيوب بل أيضا وسيلة للأناقة وإظهار المحاسن. [1]

5 – التواصل:

تشكل الملابس واحدة من وسائل الاتصال بين الناس، فهي بذلك لغة غير لفظية تعبر من خلالها للناس عن أحاسيسنا وشعورنا و مواقفنا مما نحبه أو نكرهه، كما تدلنا أيضا عن الحالة النفسية للأفراد وثقافتهم والوضع الاجتماعي الذي يميزهم، فعلى حد تعبير " شيلدر " حيث يقول: " أن الآخر بالنسبة إليه هو جسده و مظهره ".[2]

[1]– بلخير مباركة. مرجع سابق، ص ص 57– 58.

[2]– نفس المرجع، ص ص 57– 58.

ثالثا: اللباس التقليدي الجزائري

تتميز الألبسة التقليدية بتنوع أشكالها وألوانها فهي تختلف من بلد إلى آخر ومن منطقة لأخرى والزي أو اللباس التقليدي يعكس ثقافة وهوية المجتمع وهذا بقول العلماء اللغة "الأزياء تعني الهوية المميزة للشعب".

من أهم ما يميز اللباس التقليدي الجزائري:

1- البرنس: هو عبارة عن لباس خارجي يستعمل عند الرجال عادة وتشترك في كلمة برنس معظم الدول المغاربية مثل الجزائر وتونس وليبيا، ولا تزال هذه التسمية إلى يومنا هذا في الجزائر وهو ما عبر عنه باللغة العامية برنوس، ولا يزال أيضا يستعمل الى يومنا هذا خاصة في المناسبات سواء من طرف النساء أو الرجال و يقول ابن خلدون:" انه عندما كان يدرس في القاهرة كان يرتدي البرنس دائما وكان المصريون يلقبونه بالمغربي"، والبرنس في شكله العام هو عبارة عن رداء ثقيل منسوج من الصوف أو الوبر بدون أكمام مربوط في الرقبة و ينسدل باتساع وينتهي بشربات دمن الصوف أو الحرير وكانت أشهر الألوان المستعملة هي اللون الأبيض والأسود.[1]

[1]- ثريا نصر. **تاريخ أزياء الشعوب**. القاهرة: عالم الكتاب، 1998، ص 13.

2- الحايك: هو لباس نسوي، عبارة عن قطعة قماش كبيرة منسوجة من الصوف أو الحرير بطريقة يدوية في أول الأمر ثم أدخلت في صناعة الآلة، غالبا ما يكون مستطيل الشكل حيث يتراوح طوله ما بين اثنين إلى ثلاثة أمتار وعرضه ما بين متر إلى متر ونصف ويكون عادة ذات اللون الأبيض ويستعمل عند الخروج كسترة للمرأة و كلباس للعروس عند زفافها.

3- الجلابة: وهي عبارة عن قميص طويل لها أكمام تلبس عادة من طرف الرجال كما تلبس من طرف النساء لكن بشكل آخر مغاير في مادة صنعها وتزيينها.

4- الشاش: وهي من أهم الأغطية التي تغطى بها الرأس عند الرجال خاصة سواء للشباب أو الشيوخ عكس ما نراه اليوم حيث لا يزال متواجد عند الشيوخ.

5- العراقية: وهي نوع آخر من أغطية الرأس تستعمل عادة تحت الشاش.

6- الشاشية: غطاء للرأس كذلك مصنوعة عادة من الصوف تستعمل في وقت الشتاء.[1]

[1]- ثريا نصر، مرجع سابق، ص 13.

رابعا: استخدامات الموضة

يمكن تعريف الموضة بأنها عناصر أو أنماط سلوكية لا منطقية وانتقالية تعاود الظهور في المجتمعات التي لا توجد بها رموز مستقرة للمكانة، في الوقت الذي يسعى فيه أعضاؤها للحصول على اعتراف بمكانتهم، و تعبير عن ذواتهم من خلال الميل إلى المحاكاة و التقليد و التماثل بالآخر.[1]

هناك أربع استخدامات للموضة تشيع في علم الاجتماع:

- نمط ثقافي يتردد في الظهور ويوجد في المجتمعات ذات النسق الطبقية المغلقة.
- محاولة للتغير عن الذات الفردية والرغبات الخاصة إذ استخدم الفرد كوحدة للتحليل.
- تقليد أو محاكاة الطبقات الاجتماعية العليا إذا استخدمت الجماعة كوحدة للتحليل.
- حركة اجتماعية تعبيرية تعمل على إيجاد قناة يحدث من خلالها التغير الجماعي، كما تكون مسؤولة أيضا عن التغير الاجتماعي بوجه عام.[2]

خامسا: خصائص الموضة

تضمنت الموضة جملة من الخصائص:

1- التجديد والاختفاء:

ذلك أن الموضة في حركتها لا تعرف بالثبات والاستقرار، إذ أن آلية الموضة تظهر بظهور زي جديد، ثم سرعان ما ينتشر وأخذ بعدا شعبيا، وبهذا الانتشار تكون نهاية هذه الموضة لتفتح الباب على موضة جديدة مختلفة.

---

[1]- بلعربي عبد القادر، مرجع سابق، ص 54.

[2]- عاطف محمد، غيث. **قاموس علم الاجتماع**. مصر: دار المعرفة المصرية، 2006، ص 164.

ويقصد بتجديد الموضة هو اختفاءها ثم عودتها للظهور وفي نفس الهيئة التي كان قبلها، فمثلا البنطالون الضيق الذي كان يشكل موضة خاصة في الستينيات تطور فيما بعد فظهر بنطالون الشارلستون الواسع، وفجأة عاد البنطالون الضيق لوفيس ستروس على قمة الموضة عام 1980، وبالتالي نجد الموضة في عام من الأعوام هي الملابس القصيرة جدا ثم تظهر في العام الثاني ملابس طويلة ثم تعود عليه كما كانت في العام الأول في شكله الجديد والمعدل. [1]

2- الصراع و سرعة الانتشار:

تعد موضة اللباس من أكثر الموضات انتشارا ومن أكثرها تقلبا، أن تظهر صيحة جديدة حتى تأخذ مكانها صيحة أخرى بسبب العدوى التي ترافقها. ولهذا يصبح الراكض وراء الموضة مضطرا لإتباع الصيحة التي عاشت بين السواد الأعظم من الناس، خاصة منهم الشباب ذلك أن الجري وراء آخر صيحات اللباس والتصاميم قد يتعارض في بعض الأحيان مع النظم والقيم والمعايير الوالدية، حيث جعل من ظاهرة الموضة بذلك تحارب من طرف الكبار خاصة الوالدين، مما قد يفتح المجال أمام الصراعات التي تؤدي الى اتساع الهوة بين الأجيال.

وبكل بساطة تظل آخر موضة وآخر صيحة تتفتح بجلاء على شكل صراع ثقافي واجتماعي، على شكل تغير دوري للطريقة المعبرة بصفة آو بأخرى، مما يدل على أن الموضة ليست فقط تعبير عفوي بل كذلك تغير يفرضه المجتمع.[2]

---

[1]- بلخير مباركة، مرجع سابق، ص ص 68- 69.

[2]- نفس المرجع، ص ص 68- 69.

خلاصة:

يعتبر اللباس شكل من أشكال الحراك الثقافي وصورة من صور الاهتمام المباشر بأحد أشكال الثقافة الخاصة بكل مجتمع ومع الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وإقبال الأفراد عليها وخاصة فئة الشبابية أي الطلبة الجامعيين أصبحت صفحات الموضة والأزياء تستثمر هذا الانتشار والنجاح الكبير لتأثيرها على هذه الفئة، وهذا ما لاحظناه مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الصفحات الخاصة بعالم الموضة والأزياء على طريقة لباس الفتاة.

الفصل الثالث: الأسس المنهجية للدراسة

تمهيد

المبحث الأول: المنهجية المتبعة في الدراسة

أولا: المنهج المتبع في الدراسة

ثانيا: المصادروالأدوات والتقنيات المستعملة في جمع البيانات

ثالثا: العينة، كيفية اختيارمفرداتها، خصائصها

المبحث الثاني: مجالات الدراسة

أولا: المجال البشري

ثانيا: المجال المكاني

ثالثا: المجال الزماني

خلاصة

تمهيد

لأي بحث علمي مهما كان نوعه جانبين مترابطين لتحقيق التكامل المنهجي والعلمي والوصول لنتائج أكثر دقة ومصداقية تمكننا من استخلاص فكرة شاملة يمكن تعميمها في الأخير، وهذا كله لا يتحقق إلا من خلال الجمع بين الجانب النظري والجانب الميداني التطبيقي، حيث أن الجانب النظري يتعلق بالكتب والمراجع العلمية وقد تم إنهاءه، ونحن الآن بصدد الشروع في الجانب الثاني المكمل وهو الجانب الميداني الذي يحتوي على عدة عمليات: العينة، المنهج وأدوات جمع البيانات فهو أهم خطوة تتوقف عليها دقة النتائج في الدراسات الاجتماعية، ولكي تتحقق أهدافها للوصول إلى نتائج علمية دقيقة لا بد لها من الاستناد على منهجية علمية تحدد مسار العمل الميداني من خلال إتباع سلسلة من الخطوات المنهجية المترابطة، حيث يشمل الإطار المنهجي لدراستنا الامبريقية على جملة من العناصر تم تقسيمها لمبحثين تناولنا في المبحث الأول المنهجية المتبعة في الدراسة ليضم تحت طياته المنهج المتبع الذي يتلاءم مع طبيع الدراستن وكذا المصادر والتقنيات المستعملة في جمع البيانات ثم العينة وكيفية اختيار مفرداتها وخصائصها، بينما تطرقنا في المبحث الثاني إلى مجالات الدراسة (المجال البشري، المجال المكاني، المجال الزماني).

المبحث الأول: الأسس المنهجية للدراسة

أولا: المنهج المتبع في الدراسة

المنهج هو طريقة البحث التي يعتمدها الباحث في جمع المعلومات المكتبية أو العقلية وتصنيفها وتحليلها وتنظيرها.[1] حيث أن المنهج هو خطوات منظمة يتخذها الباحث لمعالجة مسالة أو أكثر وتبعا للوصول إلى نتيجة، كما يعد طائفة من القواعد المصوغة من أجل الوصول إلى الحقيقة.[2]

فالباحث ليس حرا في اختياره للمنهج الذي يتبعه في الدراسة بل موضوع البحث هو الذي يفرض على الباحث استخدام منهج معين دون غيره يمكنه من دراسة موضوعه دراسة علمية سوسيولوجية فالباحث أو الطالب عادة ما يخطئ في اختيار المنهج أو بالأحرى يدون على أنه سيتبع المنهج التحليلي مثلا لكنه يجده يتبع منهجا وصفيا ولهذا ينصح بإتباع نفس المنهج الذي أشير إليه[3] فتحديد هذا الأخير يعتبر خطوة مهمة وضرورية لتوضيح الطريق الذي سوف يتبعها الباحث في مساره بحثه للوصول إلى إجابات عن الأسئلة التي يطرحها في بداية بحثه ونظرا لطبيعة الدراسة الحالية " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على لباس الطالبة الجامعية "التي تسعى لتشخيص واقع الظاهرة والعمل على معرفة الأسباب والعوامل المحيطة بها، ومحاولة فهمها فهما علميا موضوعيا إضافة إلى تحقيق جملة من الأهداف المسطرة وطبيعة الموضوع فرضت علينا الاعتماد على المنهج التالي:

---

[1]– إحسان محمد حسن. **مناهج البحث الاجتماعي**. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2005، ص 11.

[2]– عبد الهادي الفضلي. **أصول البحث**. بيروت: دار المؤرخ العربي، 1996، ص ص 49– 50.

[3]– إسماعيل شعبان. **منهجية البحث في العلوم الاجتماعية**. الجزائر: 2005، ص 30.

المنهج الوصفي:

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي الذي يعنى بوصف الظاهرة موضوع الدراسة: " **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في لباس الطالبة الجامعية** "، يهدف لوصف خصائص وأبعاد الظاهرة في إطار معين أو في وضع معين يتم من خلال تجميع البيانات والمعلومات اللازمة عن هذه الظاهرة وتنظيم هذه البيانات وتحليلها للوصول إلى أسباب ومسببات هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها واستنتاج نتائج يمكن تعميمها.[1]

ومن هنا فان المنهج الوصفي مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلا كافيا ودقيقا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع أو محل الدراسة وعلى الرغم من أن الوصف إلى التفسير وذلك في حدود الإجراءات المنهجية المتبعة وقدرة الباحث على التفسير والاستدلال.[2]

واعتمدنا على المنهج الوصفي باعتباره يمكننا من تحليل ووصف الظاهرة المدروسة وصفا دقيقا وشاملا من خلال إتباع الخطوات والتقنيات المنهجية والدراسة الحالية " **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في لباس الطالبة الجامعية** " سيمكننا من دراسة الجوانب المختلفة لتحديد طبيعة الظاهرة ومعرفة خصائصها والعوامل الحقيقية التي أدت لتأثر الطالبة بصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

---

[1]– محسن أحمد الخضيري. **الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية**. مصر: مكتبة أنجلو المصرية، 1992، ص ص 50– 51.

[2]– بشير صالح الرشدي. **مباحث البحث التربوي**. الكويت: دار الكتاب الحديث، 2000، ص 3.

ثانيا: المصادر والأدوات والتقنيات المستعملة في جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على مصادر وأدوات وتقنيات للحصول على المعلومات اللازمة للتعرف على واقع ظاهرة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طريقة لباس الطالبة واهتمامها بصفحات الموضة و الأزياء وقد تم تصنيفها كما يلي:

1- مصادر جمع البيانات: حيث اعتمدنا في جمع البيانات على مصادر أولية وأخرى ثانوية، و تم الحصول على البيانات الثانوية من الأدبيات المتوفرة في مختلف المداخل النظرية التي اهتمت بموضوع اللباس ومواقع التواصل الاجتماعي، و نتائج بعض الأبحاث والدراسات العربية و الجزائرية، والبيانات الأولية تم الحصول عليها من خلال الدراسة الميدانية.

2- أدوات جمع البيانات: لا يمكن لأي باحث في الحقل السوسيولوجي النزول إلى الميدان وجمع البيانات حول الظاهرة المدروسة دون الاعتماد على الأدوات المعنية لتسهل عليه هذه المهمة ومن بين الأدوات التي استعملناها في بحثنا:

أ- الملاحظة:

هي الاعتبار المنتبه لحادثة أو ظاهرة أو شيء ما، أما الملاحظة العلمية فهي الاعتبار المنتبه للظواهر والحوادث بقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها والوصول إلى القوانين التي تحكمها.

" الملاحظة هي المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة وتسجيل الملاحظات عنها، والاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات".[1]

و حسب طبيعة الموضوع و الدراسة فقد اعتمدنا على:

- **الملاحظة البسيطة:** التي يقصد بها ملاحظة الظواهر تلقائيا في ظروفها الطبيعية دون الاستعانة بأدوات دقيقة للقياس.[2]

وهذا النوع من الملاحظة مفيد في الدراسات الاستطلاعية وفي الدراسات الأولية للمشكلة التي يريد الباحث أن يبحثها ويجمع المعلومات عنها.[3]

- **الملاحظة بدون مشاركة:** هي التي يقف فيها الباحث بعيدا و لا يشارك في أنشطة المجموعة التي يقوم بملاحظتها،[4] وهي الملاحظة التي لا تتضمن أكثر من النظر أو الاستماع في موقف اجتماعي معين دون المشاركة الفعلية فيه، ومن الأمثلة بهذا النوع، قيام الباحث بمشاهدة نشاط جماعة من الأفراد أو تلك الملاحظة التي يدرس فيها الباحث مراسيم احتفالات أو يدرس الباحث ظاهرة معينة في مصنع أو مدرسة أو حي سكني.[5]

---

(1)– عبد الله محمد الشريف. **مناهج البحث العلمي**. مصر: مكتبة الشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، 1996، ص 118.

(2)– محمد محي مسعد. **كيفية كتابة الأبحاث وإعداد المحاضرات**. ط2. مصر: المكتب العربي الحديث، 2000، ص 32.

(3)– عبد الله محمد الشريف، المرجع السابق، ص 118.

(4)– فاطمة عوض صابر ومرقت علي خفاجة. **أسس و مبادئ البحث العلمي**. مصر: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2002، ص 144.

(5)– عبد الله محمد الشريف، المرجع السابق، ص 120.

وقد استعملنا هذه الملاحظة بدون مشاركة لأنه من الصعب أن يشارك أفراد الدراسة في سلوكهم، حيث قمنا بملاحظة طريقة لباس بعض الطالبات ومواكبتهن للموضة الغربية، كما أنه من دواعي اعتمادنا على هذه الأداة لأنه لا يمكننا الاطلاع على الطالبات خارج الجامعة أو طريقة لباس كل طالبة وهي خارج الجامعة.

ب- الاستمارة:

أداة لجمع البيانات من أفراد أو جماعات كبيرة الحجم ذات كثافة سكانية عالية وعن طريق عمل استمارة تضم مجموعة من الأسئلة أو العبارات بغية الوصول إلى معلومات كيفية أو كمية وقد تستخدم بمفردها أو قد تستخدم مع غيرها من أدوات البحث العلمي.

و يعرفه أبو النيل: " بأنه عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للتوصل من خلالها إلى حقائق يهدف إليها البحث ".[1]

و بناءا على ذلك فقد قمنا بوضع استمارة بحث تضم العديد من الأسئلة المختلفة منها أسئلة مفتوحة و أخرى مغلقة و لقد قسمنا الاستمارة إلى أربعة محاور أساسية طبقا للفروض التي تمت صياغتها في البحث حيث تتكون من 24 سؤالا.

- **المحور الأول:** يتضمن المحور الأول بيانات خاصة بالمبحوثات تتمثل في مجموعة من الأسئلة عددها 5 منها: السن، الإقامة في الجامعة، الحالة المدنية، الأصل الجغرافي، طبيعة السكن و هي معلومات تحدد لنا مواصفات عامة لمجتمع الدراسة.

(1)- زياد علي الجرجاري. **القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان**. فلسطين: مطبعة أبناء الجراح، 2010، ص 16.

- **المحور الثاني:** حيث يتعلق هذا المحور ببيانات تبحث في متابعة الطالبة لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و يتضمن 6 أسئلة أساسية يندرج عنها سؤالين ثانويين، وذلك لتسهيل عملية الحصول على المعلومات من المبحوثات.
- **المحور الثالث:** و يتعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تقليد الطالبة الجامعية لطريقة اللباس الغربي، حيث تضمن هذا المحور العديد من الأسئلة مقسمة إلى 6 يندرج عنها أسئلة مفتوحة وذلك من اجل الإجابة على هذا الطرح.
- **المحور الرابع:** و يتم فيه البحث عن مدى تأثير الحجم الساعي في متابعة الطالبة الجامعية لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يتكون من 6 أسئلة للوصول إلى إجابات مرضية حول التساؤل المطروح.

وكل هذه المحاور هي مترابطة بشكل يسمح لنا الحصول على المعلومات تساهم بشكل علمي على الإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة.

وعند صياغة الأسئلة والتأكد من صحتها من قبل الأستاذ المشرف تم عرضها على عينة الدراسة الكترونيا.

3- تقنيات تفسير البيانات:

أ- التفسير الكمي: و ذلك من خلال تحويل البيانات الكيفية الخاصة بإجابات عينة الدراسة إلى بيانات كمية و تصنيفها في جداول إحصائية تبين التكرار والنسب المئوية ليسهل ذلك اتصال المتغيرات مع بعضها بصورة موضوعية.

ب- التفسير الكيفي: و ذلك من خلال ما يفسر عن التحليل الكمي وملاحظات الباحث وتوزيع الاستمارات على المبحوثات (الطالبات).

ثالثا: العينة، كيفية اختيار مفرداتها، خصائصها

1- **كيفية اختيار العينة:** يعتبر اختيار العينة من المشاكل التي يواجهها الباحث في بحثه وهذا كما تكتسبه من أهمية كبيرة باعتبارها تتوقف عليها كل النتائج التي يخرج بها الباحث من دراسته حيث تعتبره العينة

بأنها ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.[1]

فالعينة " عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع".[2]

وقد اعتمدنا على اختيار العينة القصدية تتمثل في طالبات السنة الثانية ماستر علم اجتماع الاتصال، حيث بلغ عدد أفراد العينة 30 طالبة و كان حجم العينة بهذا العدد بسبب الظروف المواكبة لانتشار فيروس كوفيد-19- الذي لم يمكننا أن يكون حجم العينة أكبر والاتصال بأفراد العينة الكترونيا.

---

[1]- نذير بوحنيكة، مرجع سابق، ص 208.

[2]- محمد عبيدات وآخرون. **منهجية البحث العلمي**. ط2، عمان: دار وائل للنشر، 1999، ص 81.

2- خصائص العينة:

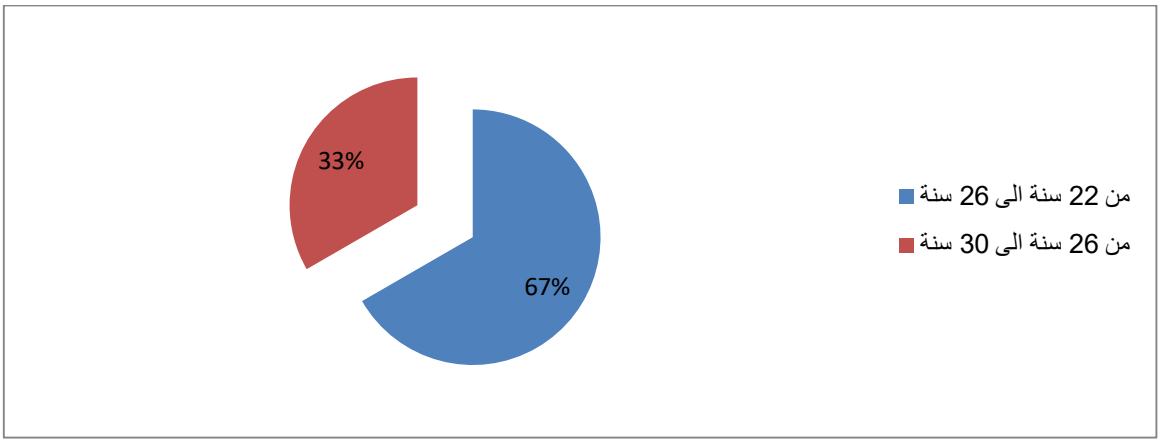
جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة
(22-26) سنة	20	%66.6
(26-30) سنة	10	%33.3
المجموع	30	%100

المصدر: سؤال رقم (01) من الاستمارة.

يتضح لنا من خلال المعطيات المدونة في الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يتراوح أعمارهن ما بين 22 سنة إلى 26 سنة بنسبة 66.6% تقابلها بنسبة 33.3% من اللواتي تتراوح أعمارهن بين 26 إلى 30 سنة. وقد يرجع ذلك إلى كون هذا السن الطبيعي لطالبات ماستر الذي قد يتراوح بين 22 إلى 26 سنة والسن الشبابي الذي ترغب أن تكون فيه الطالبة أكثر جذبا للأنظار وذلك من خلال طريقة اللباس.

شكل رقم (01): دائرة نسبية توضح متغير السن



جدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإقامة الجامعية

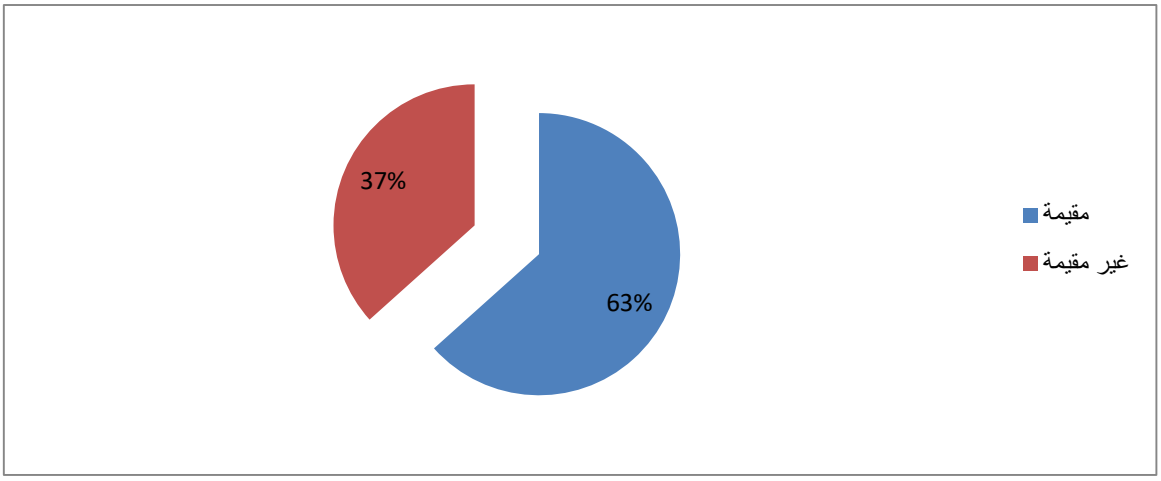
الإجابة	التكرار	النسبة
مقيمة	19	%63.3
غير مقيمة	11	%36.7
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (02) من الاستمارة

نلاحظ من خلال المعطيات الواردة في الجدول أعلاه أن معظم الطالبات مقيمات في الحي الجامعي وذلك بنسبة 63.3% مقابل 36.6% من اللواتي غير مقيمات بالحي الجامعي.

و بالتالي يتضح لنا أن الطالبات المقيمات هن الأكثر اهتماما نوعا ما بالموضة وطريقة اللباس وقد يرجع ذلك لبعد الطالبات على المراقبة الوالدية.

شكل رقم (02): دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب الإقامة الجامعية



جدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأصل الجغرافي

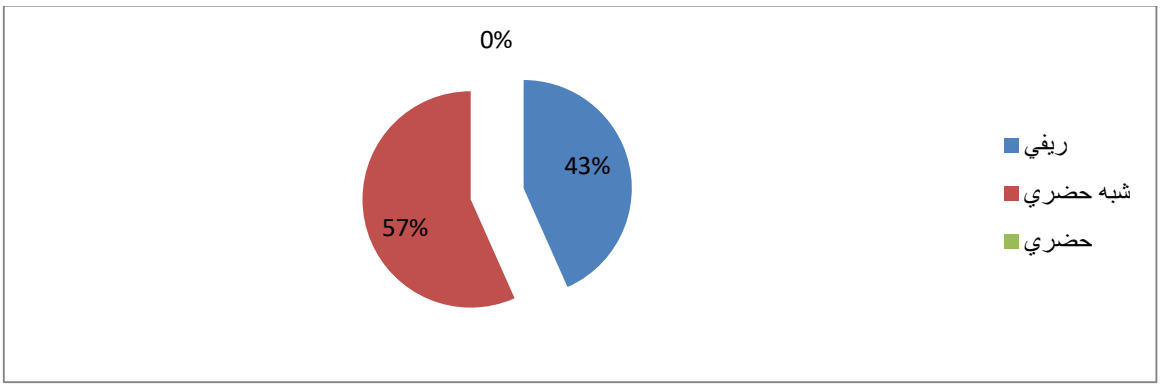
الإجابة	التكرار	النسبة
ريفي	13	%43.3
شبه حضري	17	%56.6
حضري	–	–
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (03) من الاستمارة.

يتضح لنا من خلال المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول رقم 03 أن معظم الطالبات ينحدرن من الوسط الشبه حضري بنسبة 56.6 %مقابل 43.3% من الطالبات اللواتي ينحدرن من الوسط الريفي.

و منه نستنتج أن البيئة الجغرافية التي تنحدر منها الطالبة الجامعية تؤثر في طريقة لباسها التي يتماشى مع طبيعة هذه البيئة، فالطالبة التي تنحدر من الوسط الحضري تكون طريقة لباسها أكثر مواكبة للموضة وأكثر تحررا نتيجة اهتمامها بمواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الموضة، عكس الطالبة التي تنحدر من الوسط الريفي التي يتميز لباسها بنوع من الحشمة والحياء و ذلك قد يرجع لتمسك هذا المجتمع بالعادات والتقاليد، إضافة إلى الضبط الاجتماعي الذي تفرضه الأسرة الريفية على الفتاة من أجل الحفاظ على شرفها.

شكل رقم (03): دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب الأصل الجغرافي



جدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة السكن

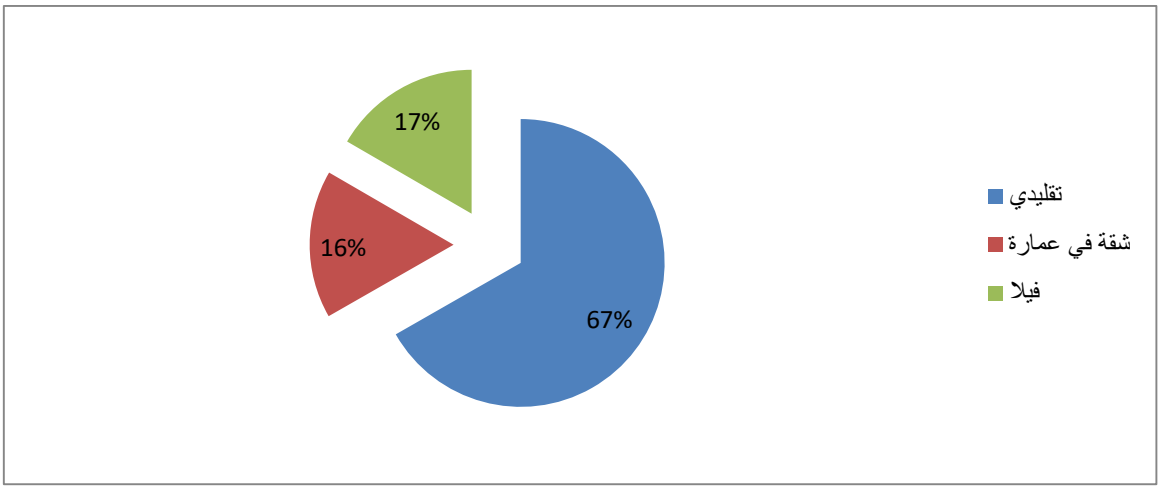
الإجابة	التكرار	النسبة
تقليدي	20	%66.6
شقة في عمارة	05	%16.6
فيلا	05	%16.6
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (04) من الاستمارة.

يتضح من خلال البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم 04 أن أكثر الطالبات يقمن في بيت تقليدي بنسبة 66.6% وتليها المقيمات بشقة في عمارة بنسبة 16.6% ما يعادلها المقيمات في فيلا بنفس النسبة 16.6%.

ومن هنا نستخلص أن طبيعة السكن لديها علاقة بمدى إقبال و متابعة الطالبة على صفحات الموضة واهتمامها بطريقة اللباس.

شكل رقم (04): دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب طبيعة السكن



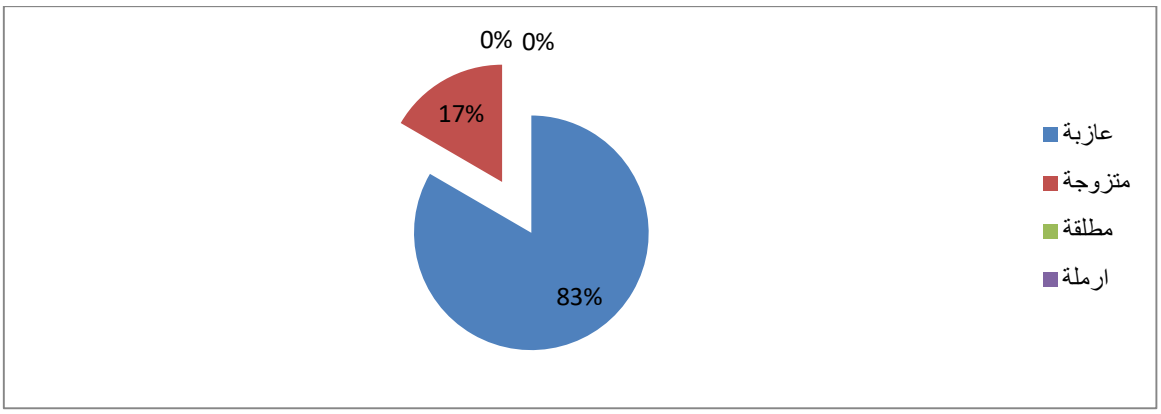
جدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية

الحالة المدنية	التكرار	النسبة
عازبة	25	%83.3
متزوجة	05	%16.6
مطلقة	–	–
أرملة	–	–
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (05) من الاستمارة.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن الفئة العازبة أي الغير متزوجة هي الأكثر اهتماما بالموضة وهذا ما تؤكده نسبة 83.3% وتليها الفئة المتزوجة بنسبة تقل عنها بكثير بنسبة 16.6% ومن هنا يمكن القول أن الطالبات العازبات الغير متزوجات يفوق اهتمامهن بالموضة وطريقة اللباس وقد يكون هذا راجع لإمكانية اهتمامهن بطريقة لباسهن للزواج والاهتمام بالمظهر الخارجي، وحسب معطيات الجدول فهناك انعدام لفئة المطلقات و الأرامل في أفراد العينة.

شكل رقم (05): دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب الحالة المدنية



المبحث الثاني: مجالات الدراسة

أولا: المجال البشري

تعد عملية تحديد المجال البشري احد العناصر الجوهرية في البناء الأساسية للدراسة و يقصد به جميع مفردات آو وحدات الظاهرة تحت البحث[1] و شمل المجال البشري للدراسة طالبات السنة الثانية ماستر علم اجتماع الاتصال بجامعة الشاذلي بن جديد اللاتي يتابعن صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتم اختيارهن بطريقة قصدية، وبلغ قوام العينة 30 مفردة .

ثانيا: المجال المكاني

هو المكان الذي ستجرى فيه الدراسة الميدانية، وقد تم تحديد مجال البحث بجامعة الشاذلي بن جديد بولاية الطارف بقسم علم الاجتماع.

فتح المركز الجامعي أبوابه في شهر أكتوبر لسنة 1992 بصفته معهد البيطرة، ملحق بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01.276 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1422هـ الموافق ل 18 سبتمبر 2001 والمتضمن أحداث مركز جامعي بالطارف و تطبيقا لأحكام المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 03.279 المؤرخ في 24 جمادى الثانية عام 1424هـ الموافق ل 23 أوت 2003، المعدل والمتمم تنشا مؤسسة عمومية ذات طابع علمي وثقافي ومهني تتمتع بالشخصية المعنوية والاستغلال المالي تسمى جامعة الطارف التي تبلغ مساحتها 64900 م$_2$ يحدها شمالا أرضا فائضة، جنوبا أرض فائضة ويتحدد عدد الكليات التي تتكون منها جامعة الطارف واختصاصها كما يلي:

---

[1]– محمد عبد العال النعيمي وآخرون. **طرق ومناهج البحث العلمي**. عمان : الوراق للنشر والتوزيع، 2009،ص238.

- كلية العلوم و التكنولوجيا.
- كلية الآداب و اللغات.
- كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية.
- كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير.
- كلية الحقوق و العلوم السياسية.

وبناءا على المرسوم التنفيذي رقم 12.242 المؤرخ في 14 رجب 1433هـ الموافق ل 4 يونيو 2012 يتضمن إنشاء جامعة الطارف.

وبناءا على المقرر رقم 14.01 المؤرخ في 29 ذي الحجة 1435هـ الموافق ل أكتوبر 2014 تكريس تسمية مؤسسات جامعية.

وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 14-01 المؤرخ في 3 ربيع الأول عام 1435 هـ الموافق ل 5 يناير سنة 2014 الذي يحدد كيفيات تسمية المؤسسات و الأماكن و المباني العمومية أو إعادة تسميتها، و تطبيقا لأحكام المادة 23 من المرسوم الرئاسي رقم 10-01 المؤرخ في 3 ربيع الأول عام 1435 الموافق ل 5 يناير سنة 2014 و المذكور أعلاه تكريس تسمية جامعة الطارف باسم الشاذلي بن جديد.[1]

[1]- بلخير مباركة، مرجع سابق، ص 91.

ثالثا: المجال الزماني

و هي الفترة الزمنية التي استغرقها الباحث في دراسته و قد تمت على مراحل:

المرحلة الأولى: الدراسة الاستطلاعية التي كان هدفنا منها الاستطلاع على الظروف المحيطة بالظاهرة لكونها جديدة ولا تتوافر على معلومات وبيانات كثيرة، بالإضافة إلى شح ونقص الدراسات السابقة حولها ولهذا أردنا دراستها والإلمام بالمعلومات عن طريق:

- الاطلاع على ما كتب في الموضوع، الاطلاع على ما هو موجود من كتب ودراسات حول الموضوع.
- وبالنسبة للدراسة الامبريقية فقد قمنا بملاحظة طريقة لباس بعض اللباس واهتمامهن بالموضة.
- ثم قمنا بصياغة بعض الفروض العلمية صياغة دقيقة بعد أن كانت مجرد أفكار غير محددة.
- وكانت الدراسة الاستطلاعية أول مرحلة منذ بداية الدراسة للسنة الثانية ماستر 2019-2020.

المرحلة الثانية: تم في هذه المرحلة تصميم خطة البحث و تحرير الجانب النظري و امتدت إلى غاية بداية شهر مارس.

المرحلة الثالثة: بدأنا بإعداد الاستمارة للدراسة الميدانية و جمع المعطيات الامبريقية.

المرحلة الأخيرة: تم في هذه المرحلة عرض البيانات وتصنيفها وتحليلها، ثم استنتاج النتائج العامة للدراسة ووضعها بشكلها النهائي يتوج البحث بصياغة تقرير نهائي.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى استخدام المنهج الوصفي، وتم الاعتماد على عدة أدوات لجمع البيانات وهي الملاحظة والاستمارة وتم اختيار العينة المقصودة وتمثلت في 30 طالبة السنة الثانية ماستر علم اجتماع الاتصال كما تم التطرق إلى مجالات الدراسة البشرية والمكانية والزمانية.

الفصل الرابع: عرض وتحليل النتائج العامة للدراسة

المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى

أولا: عرض معطيات الفرضية الأولى

ثانيا: تحليل نتائج الفرضية الأولى

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية

أولا: عرض معطيات الفرضية الثانية

ثانيا: تحليل نتائج الفرضية الثانية

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة

أولا: عرض معطيات الفرضية الثالثة

ثانيا: تحليل نتائج الفرضية الثالثة

المبحث الأول: عرض و تحليل نتائج الفرضية الأولى

أولا: عرض معطيات الفرضية الأولى

جدول رقم (06): يوضح مدى متابعة الطالبة الجامعية لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	إذا كانت الإجابة ب "نعم"	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	%86.6	فايسبوك	22	%84.62
			انستغرام	04	%15.38
			تويتر	—	—
			المجموع	26	%100
لا	04	%13.3			
المجموع	30	%100			

المصدر: السؤال رقم (06) من الاستمارة

يتضح من خلال المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه أن معظم الطالبات لديهن حساب في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 86.6% مقابل نسبة 13.3% ممن أجبن عكس ذلك.

ومنه يمكن القول أن معظم الطالبات يواكبن التكنولوجيا الحديثة يتأثرن بكل ما هو موجود عبر هذه الصفحات و من بينها برامج الموضة المعروضة عبر هذه الصفحات.

ونلاحظ أيضا أن معظم الطالبات لديهن حساب على الفايسبوك وذلك بنسبة 84.62%، ويليها الانستغرام بنسبة 15.38%، وتنعدم النسبة في التويتر، ومن هنا نستخلص أن الصفحات عبر حساب الفايسبوك هي الأكثر متابعة وقد يرجع ذلك لسهولة استخدامه والتوصل إليه حيث أصبح وجود حساب لكل طالبة على الفايسبوك من الضروريات ويليها الانستغرام الحساب الذي وجد حظا ومتابعة كبيرة في الآونة الأخيرة الذي يتضمن صور وفيديوهات وهذا ما سهل للطالبات متابعة الموضة وطرق اللباس الجديدة المختلفة.

جدول رقم (07): يوضح انضمام الطالبة الجامعية للمجموعات الخاصة بالموضة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	إذا كانت الإجابة ب "نعم"	التكرار	النسبة المئوية
نعم	21	%70	دائما	03	%14.28
			أحيانا	12	%57.14
			نادرا	06	%28.58
			المجموع	21	%100
لا	09	%30			
المجموع	30	%100			

المصدر: السؤال رقم (07) من الاستمارة

يتضح من خلال استقراء معطيات الجدول أعلاه أن معظم الطالبات منخرطات في إحدى المجموعات الخاصة بالموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك بنسبة 70% وأن معظم الطالبات بالرغم من انضمامهن لصفحات الموضة إلا أنه أحيانا ما يتم ذلك حيث بلغت النسبة 56.6% و تليها المتابعة بصفة نادرة بنسبة 33.3% ثم بصفة دائمة بنسبة 10%، مقابل 30% من الطالبات الغير منظمات إلى مثل هذه الصفحات.

وعليه فان الانضمام إلى صفحات الموضة يسهل على الطالبة طريقة اختيار اللباس و مواكبة الموضة بطريقة تكنولوجية حديثة وبشكل أسرع، ويمكن إرجاع متابعة الطالبة لهذه الصفحات أحيانا، لتواجدهن

في الجامعة في الفترة الصباحية ومعظم وقتهن يقضونه في الدراسة وبالتالي ليس لديهن الوقت الكافي لمتابعة هذه الصفحات بصفة دائمة.

جدول رقم (08): يوضح أكثر الصفحات متابعة من قبل أفراد العينة.

الإجابة	التكرار	النسبة
عربية	06	%20
غربية	05	%16.7
كلاهما	19	%63.3
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (08) من الاستمارة

يتضح من خلال استقراء معطيات الجدول أعلاه أن معظم الطالبات متابعات للصفحات العربية والغربية وذلك بنسبة 63.3%، وتليها العربية بنسبة 20%، وفي الأخير الغربية بنسبة 16.7% وهذا راجع الى تنوع صفحات الموضة وكثرة مشاهير الموضة العربية وتنسيق اللباس للمحجبات وكذلك الصفحات الغربية التي نجدها بكثرة ونجد الكثير من الطالبات من تجذبهن مثل هذه الصفحات وخاصة المتبرجات.

جدول رقم (09): يوضح مدى البحث عن الأناقة في طريقة اللباس

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	20	%66.7
لا	10	%33.3
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (09) من الاستمارة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يبحثن عن الأناقة في طريقة لباسهن مما جعلهن يتابعن صفحات الموضة وذلك بنسبة 66.6% مقابل نسبة 33.3% ممن أجبن عكس ذلك.

ومن هنا نستنتج أن متابعة معظم الطالبات لصفحات الموضة كان الهدف منها البحث عن الأناقة في طريقة اللباس كالمشاهير وبعض المختصين في الموضة.

جدول رقم (10): يوضح متابعة الطالبة الجامعية لكل ما هو جديد في مجال الموضة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	إذا كانت الإجابة ب "نعم"	التكرار	النسبة المئوية
نعم	27	%90	الترفيه	05	%18.52
			التقليد	07	%25.92
			أخذ فكرة عن مجال الموضة والأزياء	15	%55.56
			المجموع	27	%100
لا	03	%10			
المجموع	30	%100			

المصدر: السؤال رقم (10) من الاستمارة

يتبين من خلال استقراء معطيات الجدول أعلاه أن معظم الطالبات يتابعن كل ما هو جديد في مجال الموضة والأزياء بنسبة 90% مقابل نسبة 10% فقط من الطالبات اللاتي لا يتابعن جديد الموضة.

ومن هنا نستخلص أن نسبة أفراد العينة التي تتابع جديد الموضة والأزياء على مواقع التواصل الاجتماعي تفوق بكبير النسبة المعاكسة وهذا قد يكون راجع إلى تطور هذه الصفحات، حيث أصبحت بشكل دائم ويومي تقوم بوضع أزياء جديدة وطرق لباس حديثة.

كما نلاحظ أن معظم الطالبات هدفهن من متابعة كل جديد في الموضة هو أخذ فكرة عن مجال الموضة والأزياء بنسبة 63.3%، وتليها نسبة 20% بهدف التقليد، وفي الأخير من أجل الترفيه بنسبة 16.6%.

و بالتالي فان معظم الطالبات كان هدفهن أخذ فكرة عن مجال الموضة والأزياء، و هذا أمر طبيعي لاهتمام الطالبة بمجال الموضة وأخذ فكرة عن هذا المجال لأن اهتمام المرآة بهذا المجال سمة طبيعية في شخصيتها، وأخذ فكرة عن هذا المجال يؤدي بها للتقليد والإعجاب بهذه الأزياء.

جدول رقم (11): يوضح مدى تأثير متابعة الطالبة الجامعية لصفحات الموضة على طريقة لباسها.

الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	08	%26.7
أحيانا	15	%50
نادرا	07	%23.3
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (11) من الاستمارة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الطالبات بالرغم من متابعتهن لصفحات الموضة إلا انه أحيانا ما يؤثر ذلك على طريقة لباسهن حيث بلغت النسبة 50% وتليها دائما بنسبة 26.6%، وفي الأخير نجد نادرا بنسبة 23.3%.

وعليه فانه بالرغم من متابعة الطالبة لصفحات الموضة على مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها أحيانا ما يؤثر ذلك على طريقة لباسها وقد يرجع ذلك لخروج مشاهير الموضة على عادات وتقاليد اللباس المحتشم والمحترم، ولكل طالبة طريقة لباس معينة خاصة بها.

ثانيا: تحليل نتائج الفرضية الأولى

من خلال نتائج معطيات الجداول (6، 7، 8، 9، 10، 11) تبين أن متابعة الطالبة لصفحات الموضة يؤثر فعلا على طريقة لباسها حيث أن معظم الطالبات لديهن حساب على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة حساب الفايسبوك، وحسب الجدول رقم 07 فان أكثرهن منظمات إلى مجموعات الموضة والأزياء، فالطالبات يتابعن الصفحات العربية والغربية بشكل متواصل، وتبحث معظم الطالبات على الأناقة في طريقة اللباس وهذا ما أكده الجدول رقم 09 حيث أن الطالبة تتابع كل ما هو جديد في مجال الموضة و الأزياء و ذلك بهدف أخذ فكرة عن مجال الموضة والأزياء وأحيانا من أجل تقليد طريقة اللباس وهذا ما يوضحه الجدول رقم 10، كما أن الطالبة بمتابعتها لهذه الصفحات أحيانا ما يجعل ذلك يؤثر على طريقة لباسها و تتأثر الطالبة بطريقة لباس مشاهير الأزياء والموضة كما هو موضح في الجدول 11.

من خلال معطيات الجداول السابقة اتضح أن متابعة الطالبة لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على طريقة لباسها وبهذا فالفرضية قد تحققت.

المبحث الثاني: عرض و تحليل نتائج الفرضية الثانية

أولا: عرض وتحليل معطيات الفرضية الثانية

جدول رقم (12): يوضح مدى إقبال أفراد العينة على الصفحات الغربية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	إذا كانت الإجابة ب "نعم"	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	%66.7	الجودة العالية في التصميم	02	%10
			الشهرة الواسعة لماركات عالمية	02	%10
			تواكب تطلعات المرأة	16	%80
			المجموع	20	%100
لا	10	%33.3			
المجموع	30	%100			

المصدر: السؤال رقم (12) من الاستمارة.

يتضح من خلال استقراء المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول رقم 12 أن معظم الطالبات أجبن بأنهن يقبلن على الصفحات الغربية بنسبة 66.6% ، وذلك لكونها تواكب تطلعات المرأة حيث بلغت النسبة 80%، وتليها الجودة العالية في التصميم والشهرة الواسعة لماركات عالمية بنسبة متساوية والتي بلغت 10% مقابل 33.3% ممن أجبن أنهن لا يقبلن على الصفحات الغربية.

ومنه نستخلص أن الصفحات الغربية لها قدرة على أن تنجذب لها الطالبة الجامعية.

جدول رقم (13): يوضح مدى استهواء تقليد طريقة اللباس المعروضة في صفحات الموضة الغربية للطالبة الجامعية

الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	20	%66.6
أحيانا	07	%23.3
نادرا	03	%10
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (13) من الاستمارة.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم 13 أنه دائما ما يستهوي تقليد الطالبة لطريقة اللباس المعروضة في صفحات الموضة الغربية بنسبة 66.6% وهي أعلى نسبة وقد يرجع ذلك إلى أن الصفحات الغربية قد تقوم بترويج أهمية الشكل واستعراضه بطريقة تجذب أنظار المرأة حيث تليها أحيانا ما تقلد الطالبة لطريقة اللباس الغربي بنسبة 23.3%، وصولا إلى نسبة 10% نادرا ما تستهوي هذه الصفحات الطالبة الجامعية.

جدول رقم (14): يوضح مدى استهواء تقليد الطالبة للمظهر والتصمم الفريد للباس في صفحات الموضة الغربية .

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	03	%10
لا	27	%90
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (14) من الاستمارة

من خلال الجدول رقم 14 يتضح أن معظم الطالبات لا يتأثرن بالمظهر الخارجي والتصميم الفريد للباس في صفحات الموضة الغربية وتقليده حيث بلغت النسبة 90% مقابل نسبة 10% ممن أجبن عكس ذلك، وقد يكون ذلك لاختلاف الموضة الغربية على الموضة العربية والخروج على العادات والتقاليد.

جدول رقم (15): يوضح رغبة الطالبة الجامعية في مواكبة الموضة وجعلها تقلد طريقة اللباس الغربي المعروضة عبر هذه الصفحات.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	05	%16.67
لا	25	%83.33
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (15) من الاستمارة.

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم 15 أن معظم أفراد العينة من الطالبات الجامعيات لا يرغبن في مواكبة الموضة وجعلها يقلدن طريقة اللباس الغربي المعروضة عبر هذه الصفحات وذلك بنسبة 83.33% مقابل 16.67% ممن أجبن عكس ذلك.

ومنه نستنتج أن الطالبة الجامعية واعية بمدى تأثير هذه الصفحات على طريقة لباسهن خاصة إذا كانت هذه الصفحات الغربية لا تتماشى مع قيم المجتمع الجزائري، وهذا ما جعل الطالبة الجامعية لا تستهويها فكرة التقليد في طريقة اللباس الغربي.

جدول رقم (16): يوضح مدى متابعة الصفحات الموضة الغربية حتى وإن كانت مخالفة لقيم المجتمع العربي

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	–	–
لا	30	%100
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (16) من الاستمارة.

يتضح من خلال البيانات الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه أن كل أفراد العينة يرفضن تقليد اللباس الغربي المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى وإن كان مخالف لقيم المجتمع العربي بنسبة %100

و يرجع ذلك لحكم ثقافة المجتمع العربي والعادات والتقاليد والتنشئة الاجتماعية للفتاة منذ الصغر على الحشمة والحياء، باعتبار هذه القيم مستنبطة من مبادئ وتعاليم الدين الإسلامي الحنيف.

جدول رقم (17): يوضح دليل تقليد طريقة اللباس الغربي.

الإجابة	التكرار	النسبة
فرض المكانة	03	%10
حب التميز	21	%70
جلب الانتباه	06	%20
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (17) من الاستمارة.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 أن معظم الطالبات يقلدن طريقة اللباس الغربي دليل على حب التميز بنسبة 70 % وذلك أمر طبيعي، فالمرأة دائما لديها الرغبة في التميز والأفضلية، وتليها نسبة 20% من أفراد العينة يقلدن اللباس الغربي لجلب الانتباه، ونسبة 10% لفرض المكانة، وهذا راجع لكون اللباس الغربي يجلب الانتباه ويجعل المرأة متميزة من خلال لباسها لأنواع معينة من الإكسسوارات أو الألوان.

جدول رقم (18): يوضح مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تقليد الطالبة الجامعية للباس الغربي.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	17	%56.6
لا	13	%43.3
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (18) من الاستمارة.

نلاحظ من خلال استقراء المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه أن معظم الطالبات يوافقن بأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على تقليدهن للباس الغربي بنسبة 56.6% وقد يرجع ذلك لكون مواقع التواصل الاجتماعي تسهل لهن عملية الوصول للموضة الغربية والأزياء المعروضة في الصفحات الغربية التي أصبحت تواكب تطلعات المرأة وتجلب الأنظار، إلا أنه في المقابل نجد نسبة 43.3% من الطالبات لا يوافقن هذا الرأي.

ثانيا: تحليل نتائج الفرضية الثانية

من خلال تحليل معطيات و مؤشرات الجداول (13، 14، 15، 16، 17، 18)يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في تقليد الطالبة الجامعية لطريقة اللباس الغربي، إذ تؤثر هذه الصفحات الغربية على لباس الطالبة لمدى إقبالها عليها بصفة دائمة و ذلك لكونها تواكب تطلعات المرأة وتجلب الأنظار، إذ تعرض مثل هذه الصفحات أنواع لأزياء جديدة والموضة الحديثة، حيث تقلد الطالبات طريقة اللباس الغربي بصفة دائمة وهذا ما يؤكده الجدول رقم 15، وبالرغم من تقليد الطالبات للموضة الغربية إلا أنهن لا يقبلن الخروج على تقاليد المجتمع العربي فهن لا يوافقن مخالفة قيم المجتمع العربي وهذا يعني أن اللباس المحتشم و الذي يتميز بالحياء يعكس صورة الفتاة الجزائرية و هذا ما أكدته نسبة معطيات الجدول 16 التي كانت 100% من الطالبات يرفضن ارتداء الأزياء غربية مخالفة للمجتمع العربي، فالمرأة بصفة عامة دائمة الاهتمام بالمظهر الخارجي والجمالي وهذا ما يجعلها تحب التميز وجلب الانتباه، إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تؤثر بصفة كبيرة على تقليد الطالبة للباس الغربي و ذلك يرجع للموديلات و الإكسسوارات و طبيعة الألوان و التصميمات المعروضة في هذه الصفحات مما يجعل الطالبة تتأثر وتقلد اللباس الغربي كما هو موضح في الجدول رقم 18.

المبحث الثالث: عرض و تحليل نتائج الفرضية الثالثة

أولا: عرض معطيات الفرضية الثالثة

جدول رقم (19): يوضح متوسط الحجم الساعي الذي تقضيه الطالبة الجامعية في متابعة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الإجابة	التكرار	النسبة
1سا- 2سا	18	%60
2سا- 3سا	04	%13.3
3سا -4سا	08	%26.6
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (19) من الاستمارة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة مدة متابعتهن لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من 1سا- 2سا بنسبة 60% وتليها نسبة 26.6% من 3سا- 4سا وأخيرا نسبة 13.3% 2سا-3سا، ومن هنا يتضح أن معظم الطالبات متوسط الحجم الساعي الذي يقضيه في متابعة صفحات الموضة من 1سا-2سا ويمكن القول أن هذا الوقت كافي لمشاهدة أحدث موديلات الموضة وبعض التفاصيل الخاصة باللباس، وعليه فان أكثر من 2سا يكون تضييع للوقت وإهمال للواجبات الأخرى.

جدول رقم (20): يوضح الأوقات المفضلة لدى االطالبة الجامعية لمتابعة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة
فترة الظهيرة	–	–
الفترة المسائية	20	%66.6
الفترة الصباحية	03	%10
الفترة الليلية	07	%23.3
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (20) من الاستمارة

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 أن معظم الطالبات يفضلن متابعة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة المسائية بنسبة 66.6% وتليها نسبة الطالبات اللاتي يفضلن الفترة الليلية بنسبة 23.3%، و بعدها الفترة الصباحية التي بلغت نسبتها 10% وأخيرا انعدام وجود نسبة المتابعة في فترة الظهيرة.

ومنه يتضح أن معظم أفراد العينة من الطالبات يفضلن متابعة صفحات الموضة خلال الفترة المسائية، وهذا راجع لكونه الوقت الذي تكون فيه الطالبة خارج الجامعة أي أنها تقضي أغلبية أوقاتها في الجامعة فلا يمكن متابعة هذه الصفحات عادة في الفترة الصباحية أو في الظهيرة فلا يمكن متابعة هذه الصفحات إلا في تلك الفترة التي تناسب أوقات فراغها.

جدول رقم (21): يوضح مدى كفاية الحجم الساعي الذي تقضيه الطالبة الجامعية في متابعة صفحات الموضة.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	25	%83.3
لا	05	%16.6
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (21) من الاستمارة

يتضح من خلال استقراء المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه أن معظم الطالبات أجبن أن الحجم الساعي كافي لتطلعن على صفحات الموضة وذلك بنسبة 83.3% مقابل نسبة 16.6% ممن أجبن عكس ذلك.

ومن هنا نستنتج أن المدة الزمنية التي تستغرقها الطالبة في مشاهدة صفحات الموضة له تأثير على طريقة لباسها، باعتبار أن طول فترة متابعة هذه الصفحات تلعب دورا هاما في اكتسابها لعدد كبير من القيم التي لها علاقة باللباس والموضة نتيجة التأثير والإقناع خلال طول مدة المتابعة.

جدول رقم (22): يوضح مدى تأثير الحجم الساعي لاطلاع الطالبة الجامعية على كل ما هو جديد في مجال الموضة.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	23	%76.6
لا	7	%23.3
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (22) من الاستمارة

يتضح من خلال الجدول رقم 22 أن الحجم الساعي كافي لاطلاع الطالبة على كل ما هو جديد في مجال الموضة و ذلك بنسبة 76.6% مقابل نسبة 23.3% التي توحي عكس ذلك.

ذلك لأن الحجم الساعي يؤثر بدرجة كبيرة في طريقة لباس الطالبة الجامعية أي يسمح للها بالاطلاع على كل ما هو جديد في مجال الموضة والأزياء.

جدول رقم (23): يوضح طبيعة الصفحات لمتوسط الحجم الساعي الذي تقضيه الطالبة الجامعية في متابعة صفحات الموضة

الإجابة	التكرار	النسبة
عربية	28	%93،34
غربية	02	%6،66
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (23) من الاستمارة

نلاحظ من خلال الجدول رقم 23 أن نسبة كبيرة من الطالبات تقضين معظم أوقاتهن في متابعة صفحات الموضة العربية بنسبة 93.3 % مقابل نسبة 6.66% من الطالبات يقضين أوقاتهن في متابعة الصفحات الغربية.

ومنه نستطيع أن صفحات الموضة العربية أكثر متابعة من طرف الطالبة وقد يرجع ذلك لتماشي هذه الصفحات مع عادات وتقاليد المجتمع العربي لذلك هي أكثر الصفحات متابعة.

جدول رقم (24): يوضح مدى تأثير الحجم الساعي على طريقة لباس الطالبة الجامعية.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	06	%20
لا	24	%80
المجموع	30	%100

المصدر: السؤال رقم (24) من الاستمارة

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 أن معظم أفراد العينة لا يوافقن بأن الوقت المستغرق في متابعة صفحات الموضة يؤثر على طريقة لباس الطالبة بنسبة 80%، و ذلك لكونه لا يهم الوقت المستغرق فيمكن أن يكون الوقت أقل من ساعة كافية لمتابعة الطالبة لكل ما هو جديد للموضة والأزياء والموديلات الجديدة بينما في المقابل نجد نسبة 20 % توافقن أن الحجم الساعي يؤثر على طريقة لباس الطالبة الجامعية.

ثانيا: تحليل نتائج الفرضية الثالثة

من خلال مؤشرات و معطيات الجداول (19، 20، 21، 22، 23، 24) تبين فعلا أن هناك علاقة بين الحجم الساعي لمتابعة الطالبة الجامعية لصفحات الموضة على طريقة لباسها، ويتضح ذلك من خلال متوسط الحجم الساعي الذي تقضيه في متابعة هذه الصفحات مما ينعكس على طريقة لباسها وهذا حسب الجدول رقم 19، وتعتبر الفترة المسائية التي تتابع فيها الطالبة الجامعية لصفحات الموضة لها علاقة بتأثيرها على طريقة لباسها باعتبار أن الطالبة خلال فترة الظهيرة والفترة الصباحية منشغلة بالدراسة والجامعة، بالرغم من ذلك إلا أنها الفترة المسائية لا تكفي لوحدها للتأثير على طريقة لباسها، حيث أن طول فترة المتابعة كذلك تلعب دورا هاما في اكتسابها لعدد كبير من القيم الاجتماعية التي لها علاقة باللباس والموضة وبذلك فان الحجم الساعي يمكن للطالبة من الاطلاع على كل ما هو جديد في مجال الموضة والأزياء حسب الجدول 22، كما يتجلى من خلال الجدول رقم 23 أن متابعة الصفحات العربية كانت محل انجذاب الطالبة على الصفحات الغربية وهذا ما وضحه الجدول 24، ومنه فان الحجم الساعي يؤثر على طريقة لباس الطالبة الجامعية.

الاستنتـــــاج العـــــام للدراســـــة

الاستنتاج العام للدراسة

تعد مرحلة عرض النتائج العامة للدراسة من أهم المراحل والخطوات للبحث العلمي لأنها تعتمد إلى حد بعيد على مدى مهارات وقدرات الباحث العلمية والمنهجية في إظهار حصيلة الإضافات الجديدة المستنبطة من الدراسة التي تتوقف عليها القيمة العلمية للبحث.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج العلمية الهامة التي كانت توحي في معظمها بعد تفريغ البيانات واستنطاق الفرضيات إلى أن صفحات الموضة على مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر فعلا على طريقة لباس الطالبة الجامعية، وهذا ما سيتم التطرق إليه بتسليط الضوء على النتائج والحقائق الميدانية التي توصلت إليها الدراسة:

1- النتائج المتعلقة بخصائص العينة:

- **السن:** تبين من خلال النتائج العامة للدراسة أن معظم أفراد العينة تتراوح أعمارهن بين 22-26 سنة، بنسبة 66.6%.

- **الإقامة الجامعية:** خلصت الدراسة إلى أن الطالبات المقيمات في الجامعة هن الأكثر تأثرا بصفحات الموضة بنسبة 63.3 %.

- **الأصل الجغرافي:** اتضح من خلال نتائج الدراسة أن معظم الطالبات ينحدرن من الوسط شبه حضري بنسبة 56.6%.

- **طبيعة السكن:** أظهرت الدراسة أن معظم الطالبات أنهن يقمن في بيت تقليدي بنسبة 66.6%.

- **الحالة المدنية:** تؤكد الدراسة أن معظم الطالبات غير متزوجات بنسبة 83.3 %.

2- النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى القائلة:

" تؤثر صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على طريقة لباس الطالبة الجامعية".

- كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة من الطالبات لديهن حساب في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 86.6%.
- خلصت الدراسة أن الفايسبوك هو أكثر موقع مستخدم من طرف الطالبة وذلك بنسبة 84.62%.
- أثبتت الدراسة أن معظم الطالبات منضمات إلى إحدى المجموعات الخاصة بالموضة بنسبة 70%.
- أوضحت الدراسة أن معظم الطالبات بالرغم من انضمامهن لصفحات الموضة إلا انه أحيانا ما يتم ذلك بنسبة 57.14%.
- أسفرت نتائج الدراسة أن الطالبات يتابعن كلا الصفحتين العربية والغربية بنسبة 63.3%.
- بينت الدراسة أان معظم الطالبات يبحثن على الأناقة في طريقة اللباس وذلك بنسبة 66.6%.
- كشفت نتائج الدراسة أن معظم الطالبات يتابعن كل ما هو جديد في مجال الموضة بنسبة 90%.
- خلصت نتائج الدراسة أن الهدف لمعظم الطالبات من متابعة كل ما هو جديد للموضة هو أخذ فكرة عن مجال الموضة والأزياء بنسبة 55.56%.
- أوضحت الدراسة أن معظم الطالبات بالرغم من متابعتهن لصفحات الموضة إلا انه أحيانا ما يؤثر ذلك على طريقة لباسهن بنسبة 50%.

3- نتائج الفرضية الثانية القائلة:

" الطالبة الجامعية تتأثر بطريقة اللباس الغربي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ".

- أوضحت الدراسة أن إقبال الطالبات على الصفحات الغربية أكثر من العربية بنسبة 66.6%.
- خلصت نتائج الدراسة أن معظم الطالبات يتابعن الصفحات الغربية لكونها تواكب تطلعات المرأة وذلك بنسبة 80%.
- أثبتت الدراسة أنه دائما ما يستهوي تقليد الطالبة لطريقة اللباس الموضة الغربية بنسبة 66.6%.
- أسفرت نتائج الدراسة أن معظم الطالبات لا تتابع الصفحات الغربية من أجل مواكبة الموضة بنسبة 90%.
- أوضحت الدراسة أن كل أفراد العينة يرفضن تقليد اللباس الغربي حتى وإن كان مخالف للقيم وأخلاق المجتمع العربي بنسبة 100%.
- أثبتت نتائج الدراسة أن معظم الطالبات يقلدن اللباس الغربي دليل على حب التميز بنسبة 70%.
- خلصت الدراسة أن معظم الطالبات يوافقن أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على تقليدهن للباس الغربي وذلك بنسبة 56.6%.

4- نتائج الفرضية الثالثة القائلة:

" هناك علاقة بين الحجم الساعي لمتابعة الطالبة الجامعية لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على طريقة لباسها ".

- كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة مدة متابعتهن لصفحات الموضة من 1سا-2سا بنسبة 60%.
- بينت الدراسة أن معظم الطالبات يفضلن متابعة صفحات الموضة خلال الفترة المسائية وذلك بنسبة 66.6%.

- أسفرت الدراسة أن معظم الطالبات صرحن بان الحجم الساعي كافي لتطلع الطالبة على صفحات الموضة بنسبة 83.3%.
- أكدت الدراسة أن الحجم الساعي كافي لاطلاع الطالبة على كل ما هو جديد في مجال الموضة وذلك بنسبة 76.6%.
- أوضحت النتائج أن معظم الطالبات يقضين أكثر أوقاتهن في متابعة الصفحات الغربية بنسبة 93.3%.
- خلصت الدراسة أن معظم الطالبات لا يوافقن أن الوقت المستغرق في متابعة صفحات الموضة يؤثر على طريقة لباسها بنسبة 80%.

خاتمة:

يتضح من خلال ما تقدم في هذه الدراسة من خلال مختلف الفصول أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير بليغ في طريقة لباس الطالبة الجامعية الجزائرية، حيث أن لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة تؤثر على لباس الطالبة الجامعية وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية بعض التحقق من فرضيات الدراسة أن الطالبة الجامعية تسعى لمتابعة كل ماهو جديد في مجال الموضة واللباس

وتعتبر هذه الدراسة بمثابة نقطة انطلاق لدراسات وبحوث مستقبلية تفتح أفاق جديدة للبحث في مواضيع ذات علاقة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على لباس الطالبة الجامعية.

وأخيرا ينبغي على الطالبة:

- أن تلتزم بمبادئ وتعاليم الدين الاسلامي التي تحدث على الأخلاق الحميدة والاحتشام في اللباس.
- استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في كل ما هو ايجابي وما يتوافق مع قيم ومعايير المجتمع الجزائري

- كذلك ينبغي على الطالبة الجامعية استغلال وقتها في طلب العلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تفادي الإدمان على متابعة صفحات الموضة والأزياء الذي يؤدي بها إلى تقليد طريقة اللباس الغربي الفاضح.

قائـــمة المصـــادر والمـــــراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: القرآن الكريم

ثانيا: الكتب

1- إحسان محمد حسن. **مناهج البحث الاجتماعي**. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2005.

2- إسماعيل شعبان. **منهجية البحث في العلوم الاجتماعية**. الجزائر: 2005.

3- بسام عبد الرحمان. **نظريات الإعلام**. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.

4- بشير صالح الرشدي. **مباحث البحث التربوي**. الكويت: دار الكتاب الحديث، 2000.

5- ثريا نصر. **تاريخ أزياء الشعوب**. القاهرة: عالم الكتاب، 1998.

6- خالد غسان يوسف المقدادي. **ثورة الشبكات الاجتماعية**. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، دت.

7- خالد غسان يوسف المقدادي. **ثورة الشبكات الاجتماعية**. عمان: دار النفئس للنشر والتوزيع، 2013.

8- زاكي عزوف. **تصميم الأزياء** .عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع، 1995.

9- زياد علي الجرجاري. **القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان**. فلسطين: مطبعة أبناء الجراح، 2010.

10- سليمان بن كران. **الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي**. الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع، 2015.

11- شينا كايسر. **وسائل التواصل الاجتماعي. دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية**. ترجمة شركة بانغلوس،السويد: المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، 2015.

12- عاطف محمد، غيث. **قاموس علم الاجتماع**. مصر: دار المعرفة المصرية، 2006.

13- عبد الله محمد الشريف. **مناهج البحث العلمي**. مصر: مكتبة الشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، 1996.

14- عبد الله محمد. عبد الرحمان. **النظرية في علم الاجتماع**. بيروت: دار المعرفة الجامعية ،2005.

15- عبد الهادي الفضلي. **أصول البحث**. بيروت: دار المؤرخ العربي، 1996.

16- علي خليل شقرة. **الإعلام شبكات التواصل الاجتماعي**. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.

17- فاطمة عوض صابر ومرقت علي خفاجة. **أسس و مبادئ البحث العلمي**. مصر: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2002.

18- فؤاد شعبان وعبيدة صبغي. **تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة**. الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2011.

19- محسن أحمد الخضيري. **الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية**. مصر: مكتبة أنجلو المصرية، 1992.

20- محمد عبد العال النعيمي وآخرون. **طرق ومناهج البحث العلمي**. عمان : الوراق للنشر والتوزيع، 2009.

21- محمد عبيدات وآخرون. **منهجية البحث العلمي**. ط2، عمان: دار وائل للنشر، 1999.

22- محمد محي مسعد. **كيفية كتابة الأبحاث وإعداد المحاضرات**. ط2. مصر: المكتب العربي الحديث، 2000.

23- مركز المحتسب للاستشارات. **دور مواقع التواصل الاجتماعي في احتساب تويتر نموذجا**. الرياض: دار المحتسب للنشر والتوزيع.

24- منصور نعمان وغسان. **البحث العلمي حرفة وفن**. الأردن: درا الكندي للنشر والتوزيع.

25- نادية سعيد عيشور. **منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**. الجزائر: دار رأس الجبل للنشر والتوزيع، 2017.

26- محمد عبد الحميد. **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. القاهرة: عالم الكتب، 2004.

ثالثا: الدوريات والمجلات العلمية

27- مشتاق طلب فاضل. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي". **تكوين للعلوم السياسية**، العدد 12، 2017.

رابعا: الرسائل العلمية

28- أحمد عصام ." تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري: دراسة وصفية حول الخصوصية و البني القيمية للأفراد". مذكرة ماستر أكاديمي، قسم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2013.

29- ببوشة وهيب ."تحديد متطلبات التوجيه الرياضي القاعدي للموهوبين من الناشئين". أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، الجزائر، 2017-2018.

30- بلخير مباركة. " تأثير القنوات الفضائية وبرامج الموضة على طريقة لباس الطالبة الجامعية"مذكرة ماستر، قسم علم الاجتماع، جامع الشاذلي بن جديد الطارف، الجزائر، 2015-2016.

31- بلعربي عبد القادر." علاقة الطلبة الجامعية باللباس: دراسة أنثروبولوجية". رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2009.

32- بلقرع أحمد. مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعريريج: دراسة ميدانية على طلبة جامعة البشير الإبراهيمي". مذكر ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2017.

33- بوتقرابت رشيد." ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي: دراسة ميدانية لطلبة جامعة الجزائر". رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر2، الجزائر، 2007.

34- درابلية فدوى."دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية:دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعية أصدقاءالقالة و جمعية ايادي الخير القالة ولاية الطارف". مذكرة ماستر، قسم علم الاجتماع،جامعة الشادلي بن جديد الطارف،2018-2019.

35- دهيمي زينب. "التغير الاجتماعي داخل الأسرة الجزائرية: دراسة مقارنة بين الأسرة الممتدة والأسرة النووية الحديثة". مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2012.

36- سلام بوجمعة." تعليم وتعلم المفاهيم العلمية: مادة علوم الطبيعة والحياة نموذجا". مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر، 2012.

37- طالبي حفيظة. "تعدد أشكال الحجاب وعلاقته بالتغير الاجتماعي في المجتمع الجزائري". رسالة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2014.

38- عمر عطلاوي:" أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في الحصول على المعلومة الرياضية". مذكرة ماستر أكاديمي، قسم الإعلام والانتقال الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة،الجزائر، 2016-2017.

39- قواسمية حنان. "مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين: دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية". مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي التبسي تبسة، الجزائر، 2010.

40- كابتن فارس وعقون دنيا." أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشباب الجزائري: دراسة وصفية مسحية على عينة من الشباب". مذكرة ماستر أكاديمي، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم بواقي، الجزائر.

41- مزيش مصطفى. "مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية: دراسة ميدانية بجامعة منتوري". رسالة دكتوراه علوم، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009.

42- نذير بوحنيكة،"عنف الفروع ضد الأصول في ظل التغير الاجتماعي: دراسة لحالات من الأولياء بولايات الشرق، الوسط، الغرب الجزائري". رسالة دكتوراه علوم، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر- 2 – الجزائر، 2016-2017.

خامسا: المواقع الالكترونية

43- إسلام الزبون. "الأنستغرام". http : www.mawdou3.com، تاريخ التصفح 20-03-2020، الساعة 18:28.

44- حنان عثمان. "ما هي الموضة" . http : media.ampi-lain.com، تاريخ التصفح 05-03-2020، الساعة 13:00.

45- ساجدة، أبوصوي. "مفهوم اللباس".www.mawdou3.com تاريخ التصفح 22-03-2020، الساعة 10:00.

46- مقرانن سفيان. "مفهوم البنائية الوظيفية". http :MSSILA SOCIO6 YOO7، تاريخ التصفح 25-02-2020، الساعة 17:35.

47- هشام سبع. "المقاربة النظرية". http :DZ JUSTYOO.COM، تاريخ التصفح 19-02-2020، الساعة 17:25.

الملاحق

جامعة الشاذلي بن جديد – الطارف –

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم الاجتماع

استمارة رقم

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في لباس الطالبة الجامعية

دراسة ميدانية لعينة من طالبات السنة الثانية ماستر علم اجتماع الاتصال بجامعة الطارف

من إعداد الطالبة:

– زريبي مريم

إشراف الأستاذ:

– د. بوحنيكة نذير

ملاحظة: نتعهد بأن المعلومات الواردة في الاستمارة سرية و لا توظف إلا لأغراض البحث العلمي، ويرجى وضع علامة (×) أمام العبارة التي تراها مناسبة وتعبر عن رأيك بكل موضوعية.

وشكرا على تعاونكن مسبقا

السنة الجامعية: 2019/ 2020

المحور الأول: بيانات أولية الخاصة بالمبحوثات

1-السن: .....

2- الإقامة في الحي الجامعي: مقيمة ☐ غير مقيمة ☐

3- الحالة المدنية: عازبة ☐ متزوجة ☐ مطلقة ☐ أرملة ☐

4- الأصل الجغرافي: ريفي ☐ شبه حضري ☐ حضري ☐

5- طبيعة السكن: تقليدي ☐ شقة في عمارة ☐ فيلا ☐

المحور الثاني: بيانات خاصة بمتبعة الطالبة لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

6- هل لديك حساب في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم ☐ لا ☐

- في حالة الإجابة بنعم: فيسبوك ☐ إنستغرام ☐ توتير ☐

أخرى حدد: .....

7- هل أنت منظمة إلى إحدى المجموعات الخاصة بالموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم ☐ لا ☐

- في حالة الإجابة بنعم تتابعين هذه الصفحات؟ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

8- ماهي أكثر صفحات الموضة التي تقومين بمتابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

عربية ☐ غربية ☐ كلاهما ☐

9- هل البحث عن الأناقة في طريقة لباسك يجعلك تتابعين صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم ☐ لا ☐

10- هل أنت تتابعين كل ماهو جديد في مجال الموضة والأزياء؟ نعم ☐ لا ☐

- في حالة الإجابة بنعم بهدف:

الترفيه ☐ التقليد ☐ أخذ فكرة عن مجال الموضة والأزياء ☐

11- هل ترين أن متابعة الطالبة الجامعية لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في طريقة لباسها؟ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

المحور الثالث: بيانات خاصة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تقليد الطالبة الجامعية بطريقة اللباس الغربي

12- هل ترين أن الطالبة الجامعية أكثر إقبالا على صفحات الموضة الغربية من الصفحات العربية؟

نعم ☐ لا ☐

- في حالة الإجابة بنعم يرجع ذلك إلى :

- الجودة العالية في التصميم ☐
- الشهرة الواسعة لماركات عالمية ☐
- تواكب تطلعات المرأة ☐

13- هل يستهويك تقليد طريقة اللباس المعروضة في صفحات الموضة الغربية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

14- هل المظهر والتصمم الفريد للباس في صفحات الموضة الغربية يستهويك للتقليد؟

نعم ☐ لا ☐

15-هل رغبتك في مواكبة الموضة يجعلك تقلدين طريقة اللباس الغربي المعروضة عبر هذه الصفحات؟

نعم ☐ لا ☐

16- هل بإمكانك تقليد طريقة اللباس الغربي المعروضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى وإن كانت مخالفة لقيم المجتمع العربي؟ نعم ☐ لا ☐

17- هل تقليد طريقة اللباس الغربي المعروضة عبر صفحات الموضة دليل على:

فرض المكانة ☐ حب التميز ☐ جلب الانتباه ☐

18- هل ترين أن مواقع التواصل الاجتماعي يجعل الطالبة الجامعية تقلد طريقة اللباس الغربي؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الرابع: بيانات خاصة بمدى تأثير الحجم الساعي في متابعة الطالبة الجامعية لصفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

19- ماهو متوسط الحجم الساعي التي تقضينه في متابعة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ 1سا/2سا ☐ 2سا/3سا ☐ 3سا/4سا ☐

20- ماهي الأوقات التي تفضلين فيها متابعة صفحات الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الفترة الصباحية ☐ فترة الظهيرة ☐ الفترة المسائية ☐ الفترة الليلية ☐

21- هل ترين أن الحجم الساعي كافي للتطلع الطالبة الجامعية على صفحات الموضة الخاصة باللباس عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم ☐ لا ☐

22- هل ترين أن الحجم الساعي كافي لإطلاع الطالبة الجامعية على كل ماهو جديد في مجال الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم ☐ لا ☐

23- هل متوسط الحجم الساعي تقضينه في متابعة صفحات الموضة: العربية ☐ الغربية ☐

24- هل ترين أن الحجم الساعي التي تستغرقينه في متابعة صفحات الموضة يؤثر على طريقة لباسك؟

نعم ☐ لا ☐