

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم علم الاجتماع



مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر

علم اجتماع الاتصال الموسومة ب:

المحددات الاجتماعية للناس المرأة بمدينة تيارت

دراسة ميدانية بجامعة ابن خلدون - تيارت

إشراف الأستاذ

ياسين سعادة

إعداد الطالبة :

خثير فايزة

السنة الجامعية

2016 - 2015

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع

إلى روح أمي التي لا ترقى لوصفها قواميس فكري
وزخرفة حروفي.

إلى والدي الذي دعمني طوال هذه السنين دون كلل
وملل.

إلى من لملم أحزاني بين فترة وأخرى، إلى من
أشعرني بأنني لست وحيدة إلى من زرع الأمل في
حياتي زوجي ابراهيم.

القلوب الطاهرة والرقيقة إخوتي ، سكنية ، زكريا ،
محمد

إلى أصحاب القلوب الطيبة والنوايا الصادقة إلى من
تذوقت معهم لذة الحياة إلى صديقاتي.

إلى كل زملاء الدراسة.

وإلى كل من عرفته عرفني وبصم بصمة في حياتي

الشكر

اللهم إنا نشكرك على نعمك ونحمدك عليها، اللهم إنا
نشكرك على كل طريق صعب يسرته لنا والحمد لله
الذي وفقنا لانجاز هذا العمل والصلاة والسلام على
سيدنا محمد سيد المرسلين وخاتم الأنبياء.

إن واجب الوفاء والإخلاص يدعونا أن نتقدم بالشكر
إلى كل من ساعدنا.

أتقدم بالشكر والامتنان للأستاذ المشرف، سعادة
ياسين، على نصائحه وإرشاداته ولما بذله معي من
جهد ووقت خلال إشرافه.

وإلى كل الأساتذة الذين مدوا لي يد العون وأخص
بالمذكر الأستاذ الدكتور تياقة، الأستاذة بن مفتاح خيرة
والأستاذ بودواية مختار، وكذلك الدكتور القادم لعلم
الإجتماع شيخ علي.

وإلى كل يد كريمة أمدتني بالعون وكل من ساهم من
قريب أو من بعيد لرفع معنوياتي.

أسأل الله أن يجزيهم خير الجزاء.

شكرا لكم جميعا.

فهرس المحتويات

6	فهرس الجداول
أ	مقدمة
4	الفصل الأول : تقديم الدراسة
4	1. أهداف الدراسة :
4	2. أهمية الدراسة :
4	3. أسباب اختيار الموضوع :
5	4. الإشكالية :
6	5. فرضيات الدراسة :
7	6. تحديد المفاهيم :
12	7. الدراسات السابقة :
17	8. الإطار النظري للدراسة.
18	أولاً: ماهية التغير الاجتماعي.
18	1. التعريف السوسولوجي للتغير الاجتماعي :
18	2. مظاهر وملامح التغير الإجماعي في الجزائر
19	3. تغير مكانة المرأة في المجتمع الجزائري:
21	4. تغير اللباس في المجتمع الجزائري.
22	5. وسائل الإعلام وتغير القيم:
23	ثانياً : الموضة واللباس
23	1. تعريف الموضة واللباس:
24	2. خصائص الموضة:
25	3. عوامل انتشار الموضة:
26	4. الموضة ولباس المرأة:
27	5. أهمية الملابس لدى الشباب:
28	9. نظريات الدراسة.
32	الفصل الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة
32	1. مجالات الدراسة :
33	2. منهج الدراسة :
34	3. أدوات جمع البيانات

35عينة الدراسة
36 مواصفات العينة :
41 الفصل الثالث : عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة
41 1. قراءة وتحليل النتائج
64 2. مناقشة وتفسير النتائج الجزئية والكلية في ضوء الفرضيات
66 3. مناقشة و تفسير نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
67 4. الاستنتاج العام للدراسة
69 خاتمة
71 قائمة المصادر والمراجع
75 الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
36	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	01
36	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السكن	02
37	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن	03
37	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى	04
38	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	05
38	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي للأب	06
39	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي للأم	07
39	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة في الحي الجامعي	08
41	يمثل رأي الوالدين في اللباس ونوع اللباس المفضل	09
42	يوضح العلاقة بين إلزامية اللباس ومعايير الاستناد في اختيار اللباس	10
43	يوضح العلاقة بين منطقة السكن ونوع اللباس عند حضور مناسبة	11
44	يمثل رأي الوالدين في نوع اللباس ومكان الاهتمام باللباس	12
45	يمثل العلاقة بين نوع السكن ونوع اللباس المفضل	13
46	نوع اللباس الذي ترتديه القريبات والنوع اللباس المفضل	14
47	يمثل العلاقة بين المستوى المعيشي و ثمن شراء اللباس	15
48	يمثل العلاقة بين المرافقة عند شراء الملابس ومكان الاهتمام باللباس	16
49	يمثل العلاقة بين حجاب كل الصديقات ونوع اللباس المفضل	17
50	يمثل العلاقة بين التأثير بالمشاهير والرأي في لباس الموضة	18
51	يمثل العلاقة بين تقليد الموضة و الرأي في لباس الموضة	19
52	يمثل العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام ومتابعة الموضة	20
53	يمثل العلاقة بين وسائل الإعلام التي تشاهد بكثرة ونوع اللباس المفضل	21
54	يمثل العلاقة بين المواضيع التي تشد الانتباه عند مشاهدة رسائل الاعلام ومتابعة الموضة	22
55	يوضح العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومكانة اللباس في الحياة	23
56	يوضح العلاقة بين أسباب متابعة وسائل الإعلام ومكانة اللباس في الحياة	24
57	يمثل العلاقة بين الحرص على توفر الحشمة في اللباس ونوع اللباس المفضل	25

58	يمثل العلاقة بين عكس اللباس للأخلاق والرأي في لباس الموضة	26
59	يمثل العلاقة بين مراعاة التقاليد الاجتماعية في اختيار اللباس والرأي في لباس الموضة	27
60	يمثل العلاقة بين اعتبار اللباس حرية شخصية ومعايير اختيار اللباس	28
61	يمثل العلاقة بين لفت انتباه الطرف الآخر من خلال اللباس ونوع اللباس المفضل	29
62	يوضح العلاقة بين الشيء الذي يوجه الطالبة عند التسوق ونوع اللباس المفضل	30
63	يوضح رأي الناس في المثال القائل "كول واش يعجبك ولبس واش يعجب الناس" ومكانة اللباس في الحياة	31

مقدمة

مقدمة

يعد اللباس أحد وسائل الاتصال بين الناس فيمكن أن نعرف هوية شخص معين من خلال الملابس التي يرتديها، وتبين الحالة الشعورية للفرد ومكانته الاجتماعية التي يتبوؤها في وسطه ويعتبر أيضا مظهرا من مظاهر الحضارة المادية.

فلقد مر اللباس بتغيرات عرفتھا الإنسانية عبر التاريخ، فكانت وظيفته الأولى تنحصر في حماية الجسم من المؤثرات الخارجية مثل البرد والحر بعدها أصبح اللباس زيادة على وظيفته الأولى يعبر عن وظيفة صاحبه الاجتماعية ومع الوقت أضيفت له قيمة جمالية وأصبحت التصاميم تتغير من سنة إلى أخرى إلى أن أصبح اليوم وسيلة للتعبير عن الذات، واختلف من مجتمع لآخر حيث أصبح يميز منطقة عن أخرى ويعبر عن تراثها وعاداتها، واحتل مكانة هامة في المجتمع باعتباره أول ما يلاحظ على الشخص والذي يتميز به عن باقي الأفراد الآخرين من خلال مسيرة العصر واتباع الموضة بما تحمله من علامات تجارية وأسماء لأشهر الشخصيات ومصممي الأزياء فأصبح التقليد ومحاولة التشبه بهؤلاء يمثل خاصة التميز عن الآخرين وبالخصوص لدى المرأة التي تحرص على الاهتمام بالمظهر أكثر من الرجل، فهي تسعى إلى تقليد كل ما هو جديد أي الموضة وهذا ما جعل اللباس يتخذ عدة أشكال في المجتمع تبعا لثقافة كل امرأة، ومن خلال هذا لبحث المعنون "المحددات الاجتماعية للباس المرأة" سوف أحاول معالجة هذا الموضوع من أجل توضيح ما هي المحددات التي تؤثر على اختيار المرأة للباسها وذلك من خلال خطة منهجية تتكون من الفصل الأول إشكالية البحث، تساؤلاتها، وفرضياتها بالإضافة إلى أسباب وأهداف وأهمية الدراسة، ثم تناولت بعد ذلك مفاهيم ومصطلحات الدراسة كما عاجلنا من خلال هذا الفصل الأبعاد النظرية والتي تطرقنا فيها إلى الإطار النظري الذي قسمناه إلى جزأين الجزء الأول كان بعنوان ماهية التغير الاجتماعي تناولنا فيه التعريف السوسيولوجي للتغير الاجتماعي ومظاهر التغير الاجتماعي في الجزائر بالإضافة إلى تغير مكانة المرأة في المجتمع الجزائري وتغير شكل اللباس في المجتمع الجزائري وكذلك وسائل الإعلام وتغير القيم.

أما الجزء الثاني كان بعنوان الموضة واللباس تناولنا فيه تعريف الموضة واللباس وكذا خصائص وعوامل انتشار الموضة بالإضافة إلى الموضة ولباس المرأة وأهمية الملابس لدى الشباب.

كما تطرقنا في هذا الفصل إلى بعض الدراسات المشابهة لموضوع دراستنا.

وتناولنا في الفصل الثاني وهو الإجراءات المنهجية للدراسة تطرقنا فيه إلى مجالات الدراسة ومنهج الدراسة أدوات الدراسة والعينة ومواصفاتها.

أما الفصل الثالث والذي جاء في إطار عرض وتحليل النتائج ومناقشة وتفسير النتائج الجزئية والكلية وانتهاء الدراسة باستنتاج عام من خلال النتائج المتوصل إليه من الدراسة النظرية والميدانية بعد تحليل وتفسير الجداول

الفصل الأول

الفصل الأول : تقديم الدراسة

1. أهداف الدراسة :

مهما اختلفت البحوث والتخصصات في ميدان البحث والدراسات إلا أن الهدف من ذلك واحد ألا وهو علمي ويندرج موضوع بحثنا ضمن البحوث السوسولوجية وبالتالي تفرض علينا هذه الدراسات وضع جملة من الأهداف نسعى من خلال هذا البحث عن إجابات لها وهي:

- البحث عن أسباب الانتشار الواسع لظاهرة الموضة وما يترتب عنها من تنوع في أشكال اللباس.
- الكشف عن مدى تأثير المحيط الأسري للمرأة في اختيارها للباسها.
- إبراز دور وسائل الإعلام بمختلف أنواعها في نشر ثقافة اللباس والموضة.
- البحث عن مدى تأثير القيم الاجتماعية في اختيار المرأة للباس معين.

2. أهمية الدراسة :

يندرج هذا البحث في إطار الدراسات السوسولوجية للظواهر الاجتماعية وموضوع الموضة كموضوع دراسة وفحص وتحليل وكظاهرة اجتماعية تستحق الوقوف أمامها وفحص دلالتها لما فيها من أهمية في ظل التحولات والتغيرات الاجتماعية والثقافية التي يشهدها المجتمع الجزائري.

بما في ذلك تغير شكل اللباس بالنسبة للمرأة والانتشار المكثف للباس العصري أو المسامر للموضة.

3. أسباب اختيار الموضوع :

إن تحديد موضوع البحث يعد أول الخطوات المنهجية أثناء التفكير في إعداد أي بحث علمي لاسيما البحث الاجتماعي ولعل اختيار موضوع البحث لم يكن اعتباطيا ولا بمحض الصدفة بل هناك العديد من المؤثرات الموضوعية والذاتية تجعل الباحث يتحمس ويستعد لإجراء بحثه ويمكن تحديدها فيما يلي:

أ. أسباب ذاتية :

- وجود ميل معرفي نحو المواضيع التي تخص المرأة.
- الرغبة في الوقوف على أبعاد ظاهرة الموضة بحكم انتمائي للجنس نفسه موضوع الدراسة.
- الاهتمام باللباس عند المرأة ليس نفسه عن الرجال، هذا خلق لدي نوع من الفضول وجعلني أختار هذا الموضوع بمحض إرادتي لدراسته بطريقة علمية.

ب. أسباب موضوعية:

- تزايد انتشار ظاهرة الموضة خاصة لدى الطالبات الجامعيات.
- الرغبة في دراسة ظاهرة الموضة وتنوع أشكال اللباس دراسة ميدانية.
- النقص الذي التمسته في هذا النوع من الدراسات السوسيولوجية التي تهتم بالمظهر ولباس المرأة فمعظم الدراسات تناولت موضوع اللباس من الناحية الدينية.
- أهمية موضوع اللباس في حياة المرأة والتي تسعى إلى التميز من خلاله.

4. الإشكالية:

شهد المجتمع الجزائري العديد من التغيرات مست جميع المجالات الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية وحتى السياسية التي انعكست مباشرة على الواقع الاجتماعي للأفراد.

ويعتبر اللباس مظهر من مظاهر التغير الاجتماعي، ففي المجتمع الجزائري كانت المرأة ترتدي الحايك أو الملاية عند خروجها من البيت، فتستتر به ويكسبها الحشمة والوقار، "ومع التغير الاجتماعي تغير لباس المرأة وذلك راجع لتغير مكانتها ودورها الاجتماعيين من ربة بيت إلى طالبة وعاملة، فأصبح بذلك أكثر عصرنة يتوافق ومتطلبات الحياة"¹، ومنه اتخذ اللباس عدة أنواع وأشكال وتعددت بذلك وظائفه وأهدافه.

¹ ناصر قاسمي: سوسيولوجيا العائلة والتغير الاجتماعي، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012، ص139

وما يلاحظ في المحيط الجامعي أكبر دليل على التنوع والاختلاف في أشكال اللباس، فأصبحت الطالبة الجامعية تحاول التميز عن الآخرين باعتبارها في مرحلة تتميز بحب الظهور والتأنق وكذلك كون الجامعة وسط تظهر فيه التغيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تطرأ على المجتمع.

فبقدر ما يعبر اللبس عن امتثال المرأة للقيم والعادات والتقاليد فهو يعبر عن حرية اختيارها واستقلالية أذواقها، وهذا بفعل ما أنتجته المجتمعات الحديثة من تصورات وأنماط سلوكية عبر مؤسساتها المختلفة من أسرة ووسائل إعلام وما تحمله هذه الأخيرة من إعلانات وإشهارات تلفزيونية، فيما يخص ثقافة اللباس والموضة، ومنه يتبادر إلى أذهاننا عن أسباب تغير أشكال اللباس في المجتمع وعليه ما هي المحددات الاجتماعية التي تؤثر على اختيار المرأة لشكل معين من اللباس دون آخر بمدينة تيارت؟

يتفرع من السؤال العام ثلاث أسئلة فرعية هي:

السؤال الفرعي الأول : هل يؤثر المحيط الأسري للمرأة على اختيارها للباسها؟

السؤال الفرعي الثاني : هل لوسائل الإعلام علاقة بانتاج ثقافة اللباس بالنسبة للمرأة؟

السؤال الفرعي الثالث : هل تؤثر القيم الاجتماعية على اختيار المرأة للباسها؟

5. فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة:

يرتبط تعدد أشكال اللباس وانتشار الموضة بالمحيط الأسري ووسائل الإعلام والقيم السائدة في المجتمع.

الفرضية الفرعية الأولى :

للمحيط الأسري تأثير كبير في اختيار المرأة للباسها.

الفرضية الفرعية الثانية :

تساهم وسائل الإعلام بمختلف أنواعها في إنتاج ثقافة اللباس بالنسبة للمرأة.

الفرضية الفرعية الثالثة:

تؤثر القيم الاجتماعية على اختيار المرأة للباسها.

6. تحديد المفاهيم:

1_6 اللباس

ذكر عالم اللغة ابن منظور في قاموسه "لسان العرب" كلمة اللباس ليقصد به كل ما يلبس، وقد يكون ثيابا، سلاحا، درعا.

وأضاف كذلك كلمة الزي لأنه في اللغة العربية قد يطلق على اللباس أيضا الزي، ويقصد به الهيئة والمظهر¹.

وتعرف الدكتوراة عليا العابدين الملابس بمعنى Clothes هو الشيء المنسوج من الصوف أو القطن أو جلد الحيوان،

أما الملبس فهي تعني الملابس التي تغطي الجسم كله بأنواعها المختلفة الداخلية والخارجية، ومكملات الزينة

"الإكسسورات"²

التعريف الإجرائي:

نقصد باللباس في بحثنا هذا هو كل ما ترتديه المرأة ويصوف بأنه عصري ومواكب للموضة، أغلبه مستورد من

بلدان غربية أوروبية وأمريكية وحامل لعلامات تجارية ذات شهرة عالمية.

2_6 الموضة

الموضة في الإنجليزية Fashions وتعني نماذج للسلوك الذي يتكرر في المجتمعات التي ليس لها رموز مكانية محددة.

وتعني كذلك المبتكرات الثقافية قصيرة العمر نسبيا المستحسنة إجتماعيا وهي مغرية بسبب تجدها ويؤدي إلى

الامتثال لها.¹

¹ ابن منظور : لسان العرب، ط3، لبنان، دار صادر، 1994، ص.ص343-344

² رشيد بوتقرايت: ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الجزائر،

2006-2007، ص21

ويعرفها عالم الاجتماع الأمريكي مايكل يونج كشكل للسلوك تتعلق بالأشياء الموجودة أو الأشياء الشائعة في المجتمع بالملابس والأثاث والمسكن وظائفة هائلة من المظاهر الاجتماعية.

ويعرفها جورج زميل على أنها واحدة من عمليات التباين الاجتماعي دليلاً على اعتقاده بأنها نوع من أنواع المحاكاة والتقليد ويقول أن الموضة شكل من المحاكاة وعامل من عوامل التباين الاجتماعي فهي توجد بين الذين ينتمون إلى طبقة اجتماعية معينة كما أنها تفصلهم عن غيرهم من أعضاء الطبقات الأخرى.²

التعريف الإجرائي:

هي نمط جديد وعصري من حيث المظهر واللباس تعتمد على تنوع الأقمشة والألوان.

6_3 التغيير الاجتماعي:

هو كل تحول يحدث في النظم والأنساق والأجهزة الاجتماعية سواء كان ذلك في البناء أو الوظيفة خلال فترة زمنية محددة³.

ويعرف في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية على أنه كل تحول يقع في التنظيم الاجتماعي سواء في بنائه أو في وظائفه خلال فترة زمنية معينة ويشمل ذلك كل تغير يقع في التركيب السكاني للمجتمع أو في بنائه الطبقي ونظمه الاجتماعية أو في أنماط العلاقات الاجتماعية أو في القيم والمعايير التي تؤثر في سلوك الأفراد والتي تحدد مكانهم وأدوارهم في مختلف التنظيمات الاجتماعية التي ينتمون إليها.⁴

¹ مصلاح صالح: قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، ط1، الرياض، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1999، ص214

² محمد عاطف غيث: قاموس العلوم الاجتماعية، الاسكندرية، المعرفة الجامعية، 2006، ص115.

³ أستيتة دلال ملحس: التغيير الاجتماعي والثقافي، ط1، الاردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2004، ص18

⁴ أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، ط1، بيروت، مكتبة لبنان، 1987، ص382

6_4 التغيير الثقافي:

هو عبارة عن التحول الذي يتناول كل التغيرات التي تحدث لأي فرع من فروع الثقافة بما في ذلك الفنون والعلوم والفلسفة، والتقنيات كما تشمل صور القوانين التغيير الاجتماعي نفسه كما يشمل فوق كل ذلك كل التغيرات التي تحدث في أشكال وقواعد النظام الاجتماعي.¹

6_5 وسائل الإعلام:

هي جميع الأدوات التي تستعمل في صناعة الإعلام وإيصال المعلومات إلى الناس بدءاً من ورقة الصحيفة وانتهاءً بالحاسبات الآلية والأقمار الصناعية، إلا أن وسائل الإعلام تنقسم إلى وسائل مقروءة، سمعية، وسائل سمعية بصرية.²

وهناك من يرى أن وسائل الإعلام هي التي تتجسد في الراديو والتلفزيون والصحف والمجلات والكتب والسينما والإعلان وهي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في الشخصية، وقيم وأفكار وممارسات الشباب على مستوى الأمد البعيد.³

التعريف الإجرائي:

نقصد بوسائل الإعلام في بحثنا هذا هي كل الوسائل السمعية والسمعية البصرية من تلفزيون ومجلات وصحف وإذاعة التي تتابعها المرأة وتستمد منها ثقافة الموضة واللباس.

¹ أستيتة دلال ملحس، المرجع السابق، ص474

² محمد منير حجاب: وسائل الاتصال، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2008، ص349.

³ إحسان محمد حسن: تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الانسانية، 1998، ص100

6_6 المحيط الأسري:

هو ذلك الفضاء الذي يتحرك فيه الطفل ويتضمن كل العناصر المادية والبشرية والعلاقات القائمة بين جميع أفراد الأسرة بالإضافة إلى محتويات هذا الفضاء من حيث السكن وغرفة وحجمه والوضعية الاقتصادية السائدة فيه من حيث الدخل والإنفاق وإشباع الحاجات.¹

ويعرف كذلك بأنه الوسط الطبيعي للشخص الذي يحميه والذي يعيش فيه مع عائلته تحت سقف واحد. فالعائلة تمثل المحيط الاجتماعي الأقرب، وهي تزود الطفل والمراهق المبادئ الأولى التي تمكنه من توظيف وإعمال العقلاني لقدراته بطريقة تمكنه من بلوغ مرتبة الثقافة بين مرحلتي التعليم والتربية.²

التعريف الإجرائي:

نقصد بالمحيط الأسري في بحثنا هذا هو ذلك الوسط الذي تعيش فيه المرأة ويتضمن كل أفراد الأسرة والأقارب وحتى الأصدقاء.

6_7 القيم:

هي نظام معقد يتضمن أحكاماً تقويمية إيجابية أو سلبية تبدأ من القبول إلى الرفض وذات طابع فكري ومزاجي نحو الموضوعات والأشخاص والمواقف الاجتماعية.³

وهي كذلك القواعد والمعايير الخاصة بكل جماعة للحكم على أفعال الأفراد يعد انحرافاً عن قيم هذه الجماعة.⁴

التعريف الإجرائي:

هي مجموعة من المعتقدات الكامنة لدى الأفراد تعمل على توجيه السلوك وتحدد المرغوب فيه من غير المرغوب فيه.

¹ أحمد هاشمي: علاقة الأنماط السلوكية بالأنماط التربوية الأسرية، ط1، وهران، دار قرطبة، 2004، ص34

² بوخريسة بوبكر: المفاهيم والعمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي، ط1، عنابة، منشورات جامعة برج باجي مختار، 2006، ص77

³ عدنان يوسف عتوم: علم النفس الاجتماعي، ط1، الاردن، إثراء للنشر والتوزيع، 2001، ص218.

⁴ حامد عبدالسلام زهران: علم النفس الاجتماعي، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص15

6_8 العادات

هي ظاهرة اجتماعية، وهي معيارا وقاعدة للسلوك الجمعي تشير إلى أفعال الناس التي تعود عليها وسلوكهم على نحو شبه آلي بفضل التكرار المستمر، وهي جزء هام ودستور الأمة غير المكتوب بيد، إنها مدونة في صدور الأفراد وراسية في تكوينهم وتمثل في اللغة وأنماط رمزية أخرى التي تعبر عن أفكار ومعتقدات الفرد وأنواع السلوك كآداب المائدة والأزياء وأسلوب الحديث وطرق التحية والتهنئة.¹

6_9 التقاليد الاجتماعية:

هي عناصر الثقافة التي تنتقل من جيل إلى جيل عبر الزمن وتتميز بوحدة أساسية مستمرة.² وهي كذلك عبارة عن مجموعة من قواعد السلوك الخاصة بطبقة معينة أو طائفة أو بيئة محلية محدودة النطاق وهي تنشأ عن الرضا والاتفاق الجمعي على إجراءات وأوضاع معينة خاصة بالمجتمع المحدود الذي تنشأ فيه.³

6_10 التنشئة الاجتماعية:

تعريف بارسونز : هي عملية تعليم تعتمد على التلقين والمحاكاة والتوحد على الأنماط العقلية والعاطفية والأخلاقية عند الطفل الراشد، وهي عملية تهدف إلى إدماج عناصر الثقافة في نسق الشخصية وهي عملية مستمرة.⁴ هي عملية تعلم وتعليم وتربية تقوم على التفاعل الاجتماعي وتهدف إلى اكتساب الفرد، طفلا، مراهقا، فراشدا، فشيخا، سلوكا ومعايير واتجاهات مناسبة لأدوار اجتماعية معينة مكنه من مسايرة مجتمعه والتوافق الاجتماعي معه، وتكسبه الطابع الاجتماعي، وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية.⁵

¹ حسين عبد الحميد رشوان: **التربية والمجتمع**، دراسة في علم إجتماع التربية، ط1، الاسكندرية ، مؤسسات شباب الجامعة، ، 2000، ص172

² أحمد زكي بدوي: **المرجع السابق**، ص298

³ فريدريك معتوق: **المعرفة والمجتمع والتاريخ** ، ط1، طرابلس ، جروس بروس، 1991، ص112

⁴ فرح محمد : **البناء الاجتماعي للشخصية**، الاسكندرية ، ط1، الهيئة العامة للكتاب، 1980، ص 80

⁵ صلاح الدين شاروخ: **علم الاجتماع التربوي**، عنابة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2004، ص57

11_6 المرأة:

مرأة مؤنث مرء واختصت بالأنثى مقابل الرجل وامرأة مؤنث إمرأ بنفس المعنى والنسبة إليها إمرأتي مرأة مخفف مرأة وترد في العامية المعاصرة منسوبة في الغالب مراتي ومرات فلان وهي كذلك في مصر عند عرب البخاري.

ونساء جمع امرأة ولجمع نساء صيغتان أخريان هما نسوة ونسوان والنسبة القياسية إلى إمرأة لم تستعمل والشائع عند المعاصرين هو نسوي ونسائي فيقال ملابس نسائية وشؤون نسائية وطب نسائي... الخ¹

والمرأة هي النسق الثاني من الإنسان المعمر لهذه الأرض ولفظ إمرأة في اللغة العربية مشتقة من الفعل "مرأ" ومصدرها مروءة وتعني كمال الإنسان ومن هنا كان المرء هو الإنسان والمرءة هي مؤنث الإنسان.²

12_6 ثقافة اللباس:

هي معارف وأفكار يتأثر به الفرد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية تتمثل في طريقة اللباس ومعرفة مستلزماته التابعة له والرموز والمعاني التي تحملها، التي تستدعي معرفة الطلب لمادة اللباس سواء من حيث جودته ونوعيته وبلد تصنيعه والعلامة التجارية وكل المواضع الأخرى مثل مطابقته لنماذج الموضة.³

نقصد بثقافة اللباس في بحثنا هذا هو كل ما تروجه وسائل الإعلام من موضة تجعل المرأة تهتم أكثر بلباسها ومظهرها

7. الدراسات السابقة :

يعتبر الإطلاع على الأبحاث والدراسات السابقة من مراحل منهجية البحث العلمي ويحقق الباحث في هذه المرحلة فوائد عديدة منها التعرف على المساهمات السابقة فيما يتعلق بموضوع بحثه وقد عثرت على بعض

¹ الهادي العلوي: فصول عن المرأة، ط1، لبنان، دار الكنوز الأدبية، 1997، ص117

² معن خليل عمر: علم الاجتماع الأسري، ط1، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2000، ص170.

³ رشيد بوتقرايت: ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي، دراسة ميدانية للطلبة بجامعة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2006 2007، ص25

الدراسات المشابهة لموضوع دراستي في بعض جوانبها والتي أفادتني في سيرورة هذا البحث ومن أهم ما أفادتني به الدراسات السابقة هو تحديد مشكلة البحث وتكوين الإطار النظري للدراسة وصياغة أسئلة الإستمارة وسيتم عرض الدراسات التي تم الإطلاع عليها فيما يلي:

الدراسة الأولى : بعنوان لباس الطالبة في الوسط الجامعي وهي عبارة عن مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الأنثروبولوجيا بجامعة مستغانم لسنة 2010 من طرف الطالب عبد القادر بالعربي، اعتمد الباحث على تقنية الملاحظة وذلك من أجل معرفة الصفات المشتركة وأنواع الألبسة السائدة وللوقوف على الأنواع المختلفة للألبسة، واعتمد كذلك على تقنية المقابلة، وركز على العينة القصدية المثلة للنوع الواحد من الملابس ، حيث تم أخذ عدد محدود ومعبر عن الواقع من الطالبات وكعينة قصدية اختار من خلالها أربع حالات لكل شكل من أشكال اللباس وكان مجموع كل حالة عشرين حالة وتوصل الباحث إلى النتائج التالية:

- يتوفر الفضاء الجامعي على مجموعة من الأشكال اللباسية المتنوعة وتنوعها يتركز على القطع المكونة للباس ككل.
- توصل إلى أن ما يسمى الحجاب العصري هو الذي يطغى على بقية الألبسة الأخرى، ويتكون من سراويل بأنواعها والليكات ذات الألوان الزاهية، والتنورات بأنواعها، والصفات المشتركة في هذا اللباس هو ما يسمه البعض بالفولار.
- تساعد هذه القطع الجديدة الطالبة على التحرك بكل خفة ورشاقة مشيا أو جريا أو جلوسا على الأرض أو على المدرجات أو في أي مكان آخر دون الخوف من التعثر أو الانكشاف المفاجيء.
- أي شيء تلبسه الطالبة بما يسمى الحجاب أو الجلباب ويدافع عنه بأنه هو الأنسب بحكم أنه لا يكشف جسد الطالبة الذي يثير شهوة الذكور بينما تقر أحريرات أنه لا سبيل إلى اتباع الموضة إلا هذا اللباس الذي يكلف غالبا ويسترها من القبح والعيوب.

• للباس علاقة وثيقة بالبناء الأسري والاجتماعي والتنشئة الاجتماعية لأغلبية الطالبات، فلهن الإحساس بالمراقبة من طرف الأهل وقيود حريتهن بمجموعة من الضوابط التي تفرض عليهن عدد من التصورات تمثل

النموذج اللباسي المطلوب من طرف العائلة.¹

الدراسة الثانية : بعنوان "ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي" دراسة ميدانية لطلبة جامعة الجزائر. وهي عبارة عن مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع بجامعة الجزائر لسنة 2006-2007 من طرف الطالب بوتقرايت رشيد.

انطلقت من إشكالية تدور حول ماهي الدوافع الحقيقية الذاتية منها والاجتماعية التي تدعو الطلبة الجامعيين للاهتمام باللباس والمظهر بصفة عامة، وما هي العوامل المساعدة في ذلك؟

اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح الاجتماعي، والمنهج الوصفي التفسيري، أما عن التقنيات المستعملة في هذا البحث فهي الملاحظة البسيطة والاستمارة اشتملت على اثنان وثلاثين سؤالاً، وزعت على عينة قوامها 133 طالبا جامعيًا من الذكور.

ومن جملة النتائج التي توصلت إليها الدراسة مايلي:

يشكل اللباس أحد الضغوطات النفسية والاجتماعية على الفرد فمن أهم الدوافع التي تؤدي بالطلبة الجامعيين إلى زيادة الاهتمام باللباس هو لفت الانتباه وإعجاب الآخرين باعتبارهم شباب في سن يبحثون فيه عن القبول الاجتماعي.

تعتبر وسائل الإعلام من أهم العوامل المباشرة على نشر ثقافة اللباس خاصة لدى الشباب، فعل تأثير مشاهدة التلفزيون واستعمال الأنترنت ومطالعة الكتب والمجلات، هذا إضافة إلى ممارسة النشاطات الأخرى والهوايات المفضلة من الرياضة والذهاب إلى الملاعب والسينما والمسرح.

¹ عبد القادر بلعربي، "لباس الطالبة في الوسط الجامعي"، مجلة إنسانيات، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015،

تعتبر الموضة من أهم العوامل التي تدفع بالشباب إلى الاهتمام باللباس خاصة منهم الطلبة الجامعيين بصفتهم يحتلون مكانة إجتماعية يسعون من خلالها للتميز عن الشباب الآخرين في مختلف تصوراتهم محاولين خلق عامل خاص بهم يعتمدون فيه على التنوع والتغير في اللباس

الدراسة الثالثة : بعنوان "ظاهرة الموضة" دراسة في حالة اللباس السنوية للطلبة ولد موسى حسينة، وهي دراسة لنيل شهادة الماجستير تخصص علم الاجتماع الثقافي بجامعة الجزائر لسنة 2000-2001 دراسة ميدانية حول لباس الطالبات الجامعيات أجريت بنفس الجامعة وقد انطلقت الباحثة من الفرضيات التالية:

إن تمهيش الجزائريين لثقافتهم الأصلية وعد اكتراثهم بالمفهوم الحقيقي للعصرية يقتضي الربط بين الأصالة والمعاصرة ووجود تعايش بين نمطين ثقافيين مختلفين، لأحد العوامل والميكانيزمات الأساسية لاتباع ظاهرة الموضة وبعض آفات ضعف العملية التربوية والثقافية للآباء أدت إلى ظهور وانتشار موضة أخرى ومما ساعد على هذا هو انتشار تأثير وسائل الإعلام بمختلف أنواعها منها بالخصوص "البرابول" هذا إضافة إلى تأثير المستوى المعيشي يتحكم في مدى تأثير الأفراد واتباعهم للظاهرة وتوصلت الباحثة للنتائج التالية:

- المستويات المعيشية للأفراد تحدد نوعية اللباس ومن حيث مطابقتها للموضة ومن حيث جذوره الاجتماعية غربية أو شرقية من حيث سعره.
- أغلبية المبحوثات لم يمارس عليهن ضغط خارجي مباشر لارتداء نوع معين من اللباس، بل كان عن اقتناع شخصي مع تأثير الأسرة والمجتمع بمختلف المؤسسات التي تكسبها أنمط وتوجهات معينة.
- الوسائل الإعلامية بمختلف أنواعها السمعية منها والمرئية أثرت على سلوكيات وتصورات الأفراد، كما تعتبر

من الميكانيزمات الأساسية في عملية اختيار نوع اللباس

الدراسة الرابعة : بعنوان "الحجاب بين الشرعية والموضة" للطلبة رتيبة أزوين دراسة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم الاجتماع تربوي لسنة 2007-2008 جامعة الجزائر، وهي عبارة عن دراسة ميدانية مقارنة بين الحجاب الشرعي والحجاب العصري، وقد اعتمدت الباحثة على الفرضيات التالية:

- كلما أقبلت المتحجبة أكثر على مستحدثات الموضة في اللباس أفقدت المواصفات الشرعية للحجاب.
- تسهم التنشئة الدينية داخل الأسرة في تشكيل تصور الفتاة نحو طبيعة الحجاب، وتحديد موقفها من الإقبال على مستحدثات الموضة.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تفقد الموضة الحجاب أهدافه ومقاصده بصفة خاصة، وتفقد وظائف اللباس المتمثلة في الاحتشام والتدين.
- هذا الحجاب يدعو إلى التبرج والعري ويبرز مفاتن المرأة لجذب الرجال وإغرائهم أما اللباس الإسلامي فهو يخفي مفاتن المرأة ويسعى إلى تحديد علاقتها مع الرجل، والابتعاد عن الإثارة.
- كما يزيد المستوى المادي المرتفع للمتحجبات في رغبتهن في تنوع شكل لباسهن من أجل إبراز المكانة الاجتماعية لأسرهن، وذلك بالتميز واللجوء إلى كل ما هو جديد في عالم الأزياء والموضة.
- طغت الموضة على الحجاب فجعلته مجرد أزياء عادية ، فتتغير أشكاله وتصاميمه حسب أذواق ورغبات المصممين، ويظهر ذلك من خلال عروض الأزياء التي تتنافس في عرض ملابس المحجبات وفق أحدث صيحات الموضة.

8. الإطار النظري للدراسة

أولاً: ماهية التغير الاجتماعي

1. التعريف السوسولوجي للتغير الاجتماعي.
2. مظاهر التغير الاجتماعي في الجزائر.
3. تغير مكانة المرأة في المجتمع الجزائري.
4. تغير شكل الباس في المجتمع الجزائري.
5. وسائل الإعلام وتغير القيم.

ثانياً : الموضة واللباس

1. تعريف الموضة و اللباس.
2. خصائص الموضة.
3. عوامل انتشار الموضة.
4. الموضة ولباس المرأة.
5. أهمية الملابس لدى الشباب.

أولاً: ماهية التغير الاجتماعي

1. التعريف السوسولوجي للتغير الاجتماعي:

يعرفه جي روشي بأنه كل تحول في البناء الاجتماعي، يلاحظ في الزمن ولا يكون مؤقتاً سريع الزوال، لدى فئات واسعة من المجتمع ويغير من مسار حياتها.¹

يعرفه أحمد زكي بدوي "أنه كل تحول يقع في التنظيم الاجتماعي سواء في بنائه أو في وظائفه خلال فترة زمنية معينة، والتغير الاجتماعي على هذا النحو ينص على تغير يقع في التركيب السكاني للمجتمع أو في بنائه الطبقي، أو نظمه الاجتماعية أو في أنماط العلاقات الاجتماعية أو في القيم والمعايير التي تؤثر في سلوك الأفراد والتي تحدد مكانتهم وأدوارهم في مختلف التنظيمات الاجتماعية التي ينتمون إليها.²

ويشير عاطف غيث إلى التغير الاجتماعي بأنه التغيرات التي تحدث في التنظيم الاجتماعي أو في بناء المجتمع ووظائف هذا البناء المتعددة والمختلفة.³

ويعتبر كل من جيرث وملز أن التغير الاجتماعي هو التحول الذي يطرأ على النظم الاجتماعية وقواعد الضبط الاجتماعي التي يتضمنها البناء الاجتماعي في مدة معينة من الزمن.⁴

2. مظاهر وملامح التغير الاجتماعي في الجزائر

لا يوجد مجتمع لا يتغير ويبدو المجتمع مستقراً ساكناً سائراً في انجاز وظائفه في هدوء طوال أجيال متعاقبة، ولكنه حين يصل إلى درجة من التجمع الحضاري يبدأ في التغير بسبب وجود قوى تعمل لتأسيس نظم جديدة، من أهم مظاهر وملامح هذا التغير ما يلي:

¹ أستيتة دلال ملحس، المرجع السابق، ص33

² أحمد زكي بدوي، المرجع السابق، ص382

³ محمد عاطف غيث: التغير الاجتماعي والتخطيط، ط2، القاهرة، دار المعارف، 1966، ص25

⁴ أحمد النكلاوي: التغير والبناء الاجتماعي، ط1، القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1958، ص8

- التقدم العلمي والتكنولوجي أدى إلى رفاهية الفرد والمجتمع في مجالات عديدة.
- تحسين وسائل الاتصال وزيادة اعتماد الأفراد والجماعات على بعضهم البعض، وسهولة الزواج بين الثقافات.
- التوسع في تعليم المرأة.
- الهجرة من الريف إلى المدينة.
- تغير بعض القيم الاجتماعية التقليدية التي كان تسود المجتمع وتحكم سلوك أفرادها، وأصبح مرفوضاً ما كان مقبولاً وشرعياً من قبل.
- تغير الشكل الأسري من أسرة كبيرة إلى أسر صغيرة مستقلة اقتصادياً.
- خروج المرأة من دائرة البيت الضيقة إلى مجتمع العمل والإنتاج وما أدى إلى بلوغ تطورات خطيرة في حياة المجتمع وقيمه المختلفة وذلك فيما يتصل بالعلاقات الزوجية وإضعاف لسلطة الزوج في المنزل وقضايا التنشئة الاجتماعية الأخرى.¹

3. تغير مكانة المرأة في المجتمع الجزائري:

1. دور الزواج في تحديد مكانة المرأة

إن المرأة التي تتزوج في تقاليد الأسرة الممتدة هي الأوفر حظاً للحصول على منزلة أفضل في نظر عائلتها وجيرانها، بل تحسد من طرف قريناتها على هذا الوضع، لذلك أضحت المرأة العانس وصمة عار الأسرة والمجتمع وهي عرضة لمختلف الاتهامات، كما أنه وحتى في الزواج فإن مكانة المرأة تختلف من حيث قيمة مهرها وحسب زوجها ومكانته الاجتماعية.

¹ معن خليل عمر: التغير الاجتماعي، ط1، الاردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004، ص120.

2. دور الانجاب في تحديد مكانة المرأة:

إن قيمة المرأة كزوجة أو كزوجة ابن يكمن في إنجاب الأولاد والذكور منهم خاصة فالمرأة وبعد زواجها مباشرة تكون اهتمامات العائلة منصبة نحوها منتظرين اليوم الذي تثبت فيه أنها غير عاقر والذي تستطيع فيه وضع الطفل الذي سيحافظ على استمرار العائلة وحمل اسمها، لذلك فإن المرأة العاقر يكون غير مرغوب فيها، ولا تتمتع بأي مكانة في الوسط العائلي.

3. دور التعليم في تحديد مكانة المرأة:

يعتبر التعليم أحد المقومات الأساسية للحضارة الانسانية، لذلك لعب التعليم دورا حاسما في ترقية مكانة المرأة على المستوى العالمي وذلك بمساهمته في إخراجها من عالمها التقليدي الضيق وتمكينها من الانفتاح على آفاق جديدة لمواكبة متطلبات العصر، فالمرأة المتعلمة مقارنة بالأمية تتلقى الاهتمام والاحترام من طرف الرجل، وذلك لما يطبع سلوكياتها وعلاقاتها وحتى نوع لباسها من دقة وأناقة، لهذه الأسباب يعتبر تعليم المرأة ضرورة لا بد منها لتحقيق التقدم والرقي الاجتماعي.¹

4. دور العمل في تحقيق مكانة المرأة

إن تحقيق الذات وإثبات الوجود وشعور الفرد بتقدير واحترام الآخرين له، وهو الذي يدفع المرأة التي تشعر بمكانتها المتدنية داخل الأسرة، إلى العمل خارج البيت و التفاني فيه مما يجعلها تشعر بالارتياح واكتساب مكانة، فعمل المرأة من شأنه التأثير على دورها ومركزها الاجتماعي لما يمنحه لها من استقلالية ذاتية وحرية لم تكن تتمتع بها في الماضي.²

¹ بلقاسم الحاج: "النظام الأبوي ومظاهر تغير المكانة الاجتماعية للمرأة"، مجلة العلوم الاجتماعية، الإنماء، العدد 4، 2011، ص64

² بلقاسم الحاج، المرجع نفسه ، ص65

4. تغير اللباس في المجتمع الجزائري

يعتبر اللباس جزءاً هاماً من الثقافة الاجتماعية والدينية، ويحتل الكثير من القيم والرموز الاجتماعي، وتختلف هذه الرموز من الرجال إلى النساء إلى الأطفال، وتختلف من مناسبة لأخرى وقد تغيرت أشكال اللباس من شكل لآخر.

إن لباس النساء كان في الغالب عبرة عن قطعة قماش تسمى في كثير من المناطق الحايك تلفها المرأة الجزائرية حول نفسها ذات لون أبيض، تغطي كامل جسد المرأة مع قماش صغيرة بلون أبيض ومطرز في الأسفل لتغطية الوجه، وفي بعض مناطق الجنوب لا يغطي الوجه وتكتفي المرأة بلف الحايك على رأسها والنظر بعين واحدة ويدعى "حايك بوعوبنة" وفي الشرق الجزائري في منطقة قسنطينة وما جاورها، ترتدي النساء "الملاية" التي تصنع من القماش الأسود، مع تغطية الوجه بقطعة قماش صغيرة من نفس اللون وهكذا مهما تنوعت الأشكال والألوان فإن الوظيفة كانت واحدة وهي تغطية جسد المرأة بالكامل.

والمرأة مستورة في بيتها ومستورة خارج بيتها باللباس وستر المرأة في البيت يبدأ وأيضاً من طبيعة هندسة البيوت التي لا تتجه نوافذها مباشرة إلى الشارع بل تفتح في ساحة المنزل وإذا كانت هناك نوافذ فتكون عالية وصغيرة، ولباس المرأة الذي هو الحجاب أمر ديني قبل أن يكون شيئاً آخر.¹

لكن هذا اللباس تراجع شيئاً فشيئاً، بحيث لم يعد يستجيب لأدوار المرأة الحالية ولا للتغيرات التي مرت بها فالمرأة في السابق لم تكن طالبة، ولا عاملة خارج البيت، فإذا خرجت يتكفل الرجل بمساعدتها، وإذا سافرت يعفيها من مشقة السفر وهي لا تهتم إلا شد حائكها عند وجهها وعند وسط جسمها، فمسك الحايك باليدين حتى لا يسقط عن المرأة لم يعد عملياً في عصرنا فالطالبة تمسك محفظتها والمرأة العاملة لم يعد عملياً في عصرنا فالطالبة تمسك محفظتها والمرأة العاملة تمسك حقيبتها، فالحايك لا يساعدها في عملها ولا في استعمالها وسائل النقل، لذا

¹ ناصر قاسمي، المرجع السابق، ص.ص 140-141

تم اللجوء إلى الحجاب الذي يحرر أيدي النساء لتستعملنه لكل الأغراض إضافة إلى أنه كان يعطي لصاحبه مظهرًا دينيًا متميزًا، لكن مع مرور الوقت لم يعد الحجاب يوحي بهذه الفكرة فيمكن للفتاة أن ترتديه دون أن تكون ملتزمة من حيث دينها، ثم إن بعضهن أخرجت هذا الحجاب عن شروطه الدينية وبدأن يدخلن عليه بعض التغييرات تماشيًا مع أذواقهن ومع موجات الموضة المتتالية¹.

5. وسائل الإعلام وتغير القيم:

لوسائل الإعلام القدرة على تغيير القيم، وهذا عن طرق دخول مضامينها حياة الأفراد الذي أدى بدوه إلى تغيير في النسق القيمي للمجتمع، عن طريق صراع بين القيم التي ينادي البعض بالتحكم بها وتأصيلها وبين القيم المصطنعة من قبل وسائل الإعلام.

يمكن لوسائل الإعلام أن تفضح القيم السائدة داخل المجتمع مما يؤدي إلى حدوث توتر وبالتالي إلى التغيير، لأن التستر على مثل هذه القيم وعدم نشرها عبر وسائل الإعلام يؤدي إلى التسامح معها وإبقائها على حالها. تعتمد وسائل الإعلام بتغيير القيم وتعديلها بما يتوافق مع المواقف الجديدة، فمثلا التعليم بالنسبة للمرأة كان ينظر إليه على أنه قيمة سلبية، ولكن مع التغيير الاجتماعي وانتشار وسائل الإعلام أصبحت هذه القيمة إيجابية، وهذا بفضل البرامج التي تبثها وسائل الإعلام على وجه الخصوص والتي تحفز المرأة على التعلم.

أصبحت وسائل الإعلام من أقوى العوامل التي تدفع إلى التغيير الاجتماعي بما في ذلك تغيير القيم، بحكم كونها الوسيلة الرئيسية إلى حد ما في تبادل الآراء والمعلومات والأفكار الجديدة.²

¹ ناصر القاسمي، نفس المرجع، ص142

² عدنان إبراهيم أحمد، محمد المهدي الشافعي: علم الاجتماع التربوي الآفاق الاجتماعية التربوية، ط1، ليبيا، جامعة سبها، 2001، ص264

وتقوم وسائل الإعلام بالإقناع عن طريق التأثير الذي تتركه مضامينها على الأشخاص الذين يتعرضون لها بقصد تغيير القيم والمعارف والاتجاهات وأنماط السلوك ومن ثمة إدراك مشاعر الرضا من عدمه عن هذا التغيير بواسطة الاتصال الجماهيري.

بحيث تقوم وسائل الإعلام عاملا حاسما في خلق قيم عند الأفراد والمجتمعات، وهذا ما أشار إليه، توني شوارتنز، بقوله أن "وسائل الإعلام قد أثرت على حياتنا وشكلت معتقداتنا بصورة عميقة كأى دين من الأديان".¹

ثانيا : الموضة واللباس

1. تعريف الموضة واللباس:

أ. الموضة:

ورد تعريف الموضة في الموسوعة العربية العالمية، على أنها تعبير يطلق عامة لصفوف طراز من الملابس التي يرتديها السواد الأعظم من الناس في بلد ما وفي فترة زمنية محددة، فالموضة وإن كانت مرتبطة أكثر باللباس فإنها تتجاوز لتدل على الطراز المحب لدى الناس من السيارات والأثاث والبيوت وأنماط الفنون والموسيقى والآداب والرياضة، فهي تعكس شكلا من أشكال السلوك المقبول لدى الغالبية في مجتمع ما.²

تعريف إداورد سابير : الموضة هي العادة التي تتكرر بحيث أن الأفراد العاديين يرغبون بوعي إلغاء نفوذ العادات، فهم ليسوا في تمرد مفتوح ضد العادات ولكن يبحثون عن التبرير الشرعي لاتجاهاتهم الشخصية المجازفة بإظهار عدم الاهتمام بالذوق الجديد والعادات الصالحة، والموضة تقدم حلا متحفظا لهذا الجدل الدقيق والسمعة الشخصية التي تختفي وراء الموضة تتلقى فائض من التفرد حسب أفراد الطبقات الاجتماعية والموضة ستصبح نزوة شائعة الاستعمال من طرف المجتمع وشكل جديد من الاستبداد الاجتماعي.³

¹ محمود اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، القاهرة، الدار العلمية، 1998، ص118

² الموسوعة العربية العالمية، ط2، الرياض، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، 1999، ص461

³ Sapir Edward: , Anthropologie, culture et personnalité, paris.ed minuit, 1967, p140

ب. تعريف اللباس:

ذكر بدائرة المعارف البريطانية أن الرداء بمعنى Dress بمعانيها العديدة الملابس، الأحذية وغيرها، ويشير إلى التغطية المستخدمة لجسم الإنسان وتنوعات الرداء من الكلمة الفرنسية Dressé ومعناها ينظم الشيء الذي ترتديه الكائنات البشرية الآن وفي الماضي.¹

والملابس من حيث هي فن ووسيلة اتصال يمكن أن تقول الكثير عن لابسها، الانتماء إلى جماعة مثلا، الأصل العرقي أو الدين، أو الثقافة الفرعية وكذلك عن حقائق شخصية مثل الجنس، والعمر والحالة الزوجية وعدد الأطفال والمكانة الاجتماعية كذلك يمكن أن يعبر لباس المرء عن أحداث عابرة مثل الحزب أو الاحتفاليات أو فصول السنة.²

2. خصائص الموضة:

تأخذ الموضة وقتا للنشر قبل أن تفرض شكل كل علي سلوكنا وتكيفه حسب متطلباتها. تتعلق الموضة بالتطور العام في المجتمع الاستهلاكي، وتبدو ملتصقة به جيدا، لذا يجب أن تتغير داخل كل حضارة آخذة بعين الاعتبار درجة التطور بالنسبة للعصر والنظام الاقتصادي والسياسي.³ إن ما يميز الموضة هو التغير والتجديد وعدم الاستقرار والتباين.

سرعة انتشارها بين جميع فئات المجتمع خاصة لدى الفئات التي تتمتع بالنفوذ الاجتماعي والاقتصادي. إرتباطها بالمظاهر والكماليات مما يجعلها ملفتة أكثر للإنتباه والإعجاب وتتمتع بها الطبقات العليا من المجتمع.

¹ زينب عبد الحفيظ فرغلي: اتجاهات ملبسية للشباب، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002، ص15

² أجنر فوج: الانتخاب الثقافي، شوقي جلال، ط1، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، 2005، ص277.

³ مي جبران: الموضة سيكولوجيا الانبهار بين الداخل والخارج، مجلة الفكر العربي المعاصر، 35، مركز الإنماء القومي، لبنان، 1975، ص37

تنتقل أفقيا بين الأفراد والجماعات وتختلف درجة التأثير بها لما يتمتع به الفرد أو الجماعة من شهرة ومكانة اجتماعية واقتصادية.¹

3. عوامل انتشار الموضة:

1. وسائل الإعلام:

إن الشباب هم الأكثر تقبلا للموضات المستحدثة وخاصة النساء فهن أكثر استسلاما من الذكور، وهذا راجع للتعاليم المتواترة لدى النساء في اعتبار اللباس جزء من جمال المرأة، وبالإضافة إلى الدور الكبير لوسائل الإعلام في تشجيع الشباب في اتباع آخر صيحات الموضة، ومنه تعتبر وسائل الإعلام بمختلف وسيلة من وسائل انتشار الموضة، وبوصفها مؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية تعمل جاهدة لجلب المستهلكين من خلال تطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال الجديدة وتحديدا عبر شبكات الانترنت والقنوات الرقمية.

2. التقليد:

عادة ما يركز انتباه الأفراد في البداية على الفترة التي تحقق فيها الأزياء الجديدة رواجاً كبيراً، والفترة التي تأخذ فيها الاضمحلال للأزياء القديمة، ويرجع السبب في ذلك إلى سرعة تقمص الأدوار والعلاقات بين أفراد المجتمع، وذلك لأن اتباع الموضة سلوك خاضع مبدئياً لآليات التقليد والمحاكاة.

ويعود الفضل إلى بناء قوانين التقليد إلى العالم الاجتماعي غابريال تارد حيث بنى نظريته على أساس مبدأ التقليد كمحرك آلي لكل نشاط اجتماعي.²

¹ فن صناعة الموضة، إعداد الطالبات ماجستير تصميم الأزياء، جامعة القصيم، Fashion design 2015/11/19

² رشيد بلبسي: اختيار نمط اللباس الاغلفة النفسية والجسدية، دراسة مقارنة وبيادية على عينة من الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير في علم النفس العيادي، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص62

فتقليد الموضات ينطبق أيضا على اللباس بشكل لا يمكن تجاهله، فهو ينهل صفة الثبات على الألبسة لتظهر نماذج جديدة يتم تعميمها عن طريق التقليد، حتى يتصل إلى أقصى درجة من التعميم، ثم تموت لتظهر نماذج أخرى حفاظا على ديناميكية الفرد والجماعة وعلى جدلية التغيير والاستقرار.¹

3. النزعة الاستهلاكية :

إن تحسن دخل الفرد في أوروبا ساهم كثيرا في ازدهار مستواه المعيشي مما أدى إلى اختراع تصاميم جديدة في صناعة الألبسة، وساهم في ظهور الألبسة الجاهزة وذات الاستعمال السريع.

وتعود هذه النزعة الاستهلاكية السريعة إلى أسباب مختلفة نفسية واجتماعية، حيث يكون فيها الشباب محور الاهتمام، ذلك لسهولة انتشار الموضة في أوساطهم وعنصر هام لتغذية الحاجيات النفسية لديهم فيتحول الشاب إلى كائن استهلاكي بدرجة أولى يبرهن من خلاله على وجوده ليس عن طريق الفكر بل حتى في مظهر اللباس.²

4. الموضة ولباس المرأة:

لقد لاحظ مالك بن نبي المرأة الأوروبية في أحد مظاهرها وهي الموضة، فالزبي الذي تختاره المرأة لنفسها دليل واضح على الدور الذي تريد تمثيله في المجتمع وتمثله فعلا، فقد كانت المرأة الأوروبية إلى عهد قريب تلبس لباس "الدانتلا" تستر به أنوثتها سرها المكتوم حتى أخص قديمها، غير أنها اليوم تلبس اللباس الفتان، المثير الذي لا يكشف عن معنى الأنوثة، بل عن عورة الأنثى. أما المرأة المسلمة نقيض المرأة الأوروبية لأنها في عصره تلبس الملايا فتسرف في ستر جسدها بشكل شاذ في رأيه، معبرة عما يطبع مجتمعاتنا من الميل إلى الركون والتخلف، لكن تغير الوضع وأصبح المظهر العام للمرأة المسلمة لا يختلف كثير عن مظهر المرأة الأوروبية.³

¹ رشيد بليسي، المرجع السابق، ص 63

² مصطفى حجازي: التخلف الاجتماعي، مدخل إلى سيكولوجية الانسان المقهور، ط1، لبنان، معهد الإنماء العربي، 1976، ص 345

³ مالك بن نبي: شروط النهضة، د.ط، دمشق، دار الفكر، 2009، ص.ص 117-118

تغيير وضعية المرأة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية جعلها تبحث عن كل ما هو جديد في مجال اللباس لإشباع حاجاتها في التميز والتحمل فهذه الحاجة دفعت بالمنتجين والمصممين إلى الزيادة في تنوع الملابس لدى النساء، فأصبحت ملابس النساء تتنوع من حيث أشكالها وألوانها فقد تطور وتقصرت وقد اتسعت وتضيق كما للفصول الأربعة أزياءها متشابهة وغير متشابهة، وللسهرة ملابس، فهناك سباق بين محلات الأزياء لتقديم صيحات جديدة تستهوي النساء ترضي غرائهن.¹

5. أهمية الملابس لدى الشباب:

إن أهمية الملابس ومغزاها قد عولج كموضوع بدرجات مختلفة من الاهتمام فالملابس من ناحية وظيفتها ومنفعتاتها تعتبر أحد الحاجات الأساسية للأفراد في جميع أنحاء العالم.

وهناك دراسات أوضحت أهمية الملابس ومن بينها دراسة ستود ولاترك 1985 حيث أوضحت أن الأهمية المعطاة للملابس تختلف باختلاف البلد الذي ينتمي إليه الشخص لأنه أولئك القادمين من المدن الكبرى يعطون أهمية كبيرة للملابس من أولئك القادمين من المدن الصغرى.

وتذكر ماري 1966 في دراسة اتجاه أهمية الملابس، أن الملابس تلعب دورا هاما في الحياة العملية بالنسبة للشباب، ويظهر ذلك فيما يعلبه ملبس الطالب المتقدم للالتحاق بكلية معينة، من دور هام في الأثر الذي يتركه الفرد في أعضاء اللجان الذي يجرون مقابلة معه وتذكر كذلك أن الوعي الاجتماعي يكون عاليا عند الشباب لأن طبيعة الحياة الدراسية في الجامعة تجبر الطلبة على أن يكونوا على اتصال وثيق بأفراد ذوي دخل محدود وآخرين على قدر من الثراء يرتدون ملابس أرقى وأحسن، ونتيجة ذلك أن الانتباه يركز على مثل هذه الفروق يزداد اهتمام

¹ محمد الغزالي: قضايا المرأة بين التقاليد الراكدة والوفاة، ط 1، القاهرة، دار الشروق، ، 2002، ص 192

الشباب الجنس الآخر، ويميل إلى التفكير في أسباب القبول الاجتماعي عن طريق الملابس والمظهر وسلوكيات محددة.¹

وأكدت دراسة سلفرمان سنة 1945 أن حاجة الشباب إلى الانتماء تظهر قوية، حيث أنهم يعتبرون جماعاتهم الخاصة هي كل عالمهم الحقيقي والملابس يستطيع الإنسان من خلالها أن يعبر عن أحاسيسه بالانتماء للمجموعة وعن عواطفه الشخصية عن طريق سلوكه الملبسي، فالشباب يعبرون عن هذه الحاجة باختيار تيار الموضة الممدوح من جماعتهم حيث أن الانتماء للجماعة في الملابس يؤدي إلى الثقة بالنفس التي يكتسبها الشخص من خلال انتمائه للجماعة يرتدون نفس الرداء.²

9. نظريات الدراسة

1. نظرية الاستخدامات والاشباع:

يعد مدخل الاستخدامات والاشباع بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال يركز مدخل الاستخدامات والاشباع على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الأساسية، ويتميز الجمهور في ظل مدخل الاستخدامات والاشباع بالنشاط والإيجابية، والقدرة على الاختيار الواعين والتفكير وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور على دراسة ما يفعل الجمهور بالوسائل.³

ويعتمد مدخل الاستخدامات والاشباع على فروض منها:

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يتبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإعلام وليس وسائل الإعلام هي التي تستخدم الأفراد.

¹ زينب عبد الحفيظ فرغلي: المرجع السابق، ص.ص 17-18

² نفس المرجع، ص.19.

³ رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، د.ط، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، ص.33

- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل التي وليس من خلال

وسائل الإعلام.¹

إن أهمية نظرية الاستخدامات والإشباع تأتي من أنها يمكن من خلالها دراسة الحاجات الإنسانية التي تتسم بالتنوع والتعدد، فبالإضافة إلى الحاجات الفسيولوجية هناك دوافع مثل التواصل الاجتماعي واكتشاف الواقع وفهمه، التنشئة الاجتماعية، التسلية والترفيه، فهذه كلها ترتبط بوجود الفرد من النواحي السيكولوجية والاجتماعية والاتصالية في الوقت نفسه فإن وسائل الاتصال ترتبط بكافة احتياجات الناس المادية وغير المادية على سواء والحاجة إلى الاتصال برهان على التطوع الكامل في أعماق الفرد إلى حياة أفضل يثريها التعاون مع الآخرين.²

2. نظرية الغرس الثقافي:

تعتبر نظرية الغرس الثقافي تصويرا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات حيث تؤكد قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة أكبر.³

فروض نظرية الغرس الثقافي:

يشير الفرض الأساسي لهذه النظرية إلى أن كثيفي التعرض يميلون إلى تبني المعتقدات التي تعرض من خلال التلفزيون عن العالم الواقعي وذلك أكثر من منخفضي التعرض كما أن من أهم الافتراضات الفرعية لنظرية الغرس

¹ محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص282

² حسن عماد مكّي، بركات عبدالعزيز محمد: المدخل إلى علم الإتصال، ط1، الكويت، منشورات ذات السلاسل، 1995، ص.ص 106-107

³ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص262

ارتباطها بالمشاهدة الكلية حيث يرى كل من غرينز وغروس أن تأثيرات الغرس الثقافي مرتبطة بمشاهدة المحتوى الكلي للتلفزيون بدون تحديد نوعية معينة من البرامج مثل الأخبار والإعلانات والبرامج المتخصصة. ومن فروض النظرية أن التلفزيون يخلق اتجاهات ثقافية سائدة وتعلم على خلق المفاهيم والسلوكيات المتماسكة في المجتمع ومعنى ذلك أن التلفزيون يحقق التجانس بين الفئات الاجتماعية المختلفة.¹

¹ محمد عبد الحميد، المرجع السابق ، ص264

الفصل الثاني

1. مجالات الدراسة "بشرية مكانية زمانية"

2. منهج الدراسة.

3. أدوات جمع البيانات

4. عينة الدراسة.

5. مواصفات العينة.

الفصل الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

1. مجالات الدراسة :

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه¹.

المجال البشري:

تمثل مجتمع بحثنا في فئة الطالبات الجامعيات، وتم اختيارهن كنموذج لأنهن أكثر الفئات تنوعا في اللباس، فالمحيط الجامعي يوفر لهن نوعا من الاستقلالية هو الوسط الأكثر تأثرا بالتغيرات الحاصلة اجتماعيا وثقافيا لأنه المحيط الذي تتفاعل فيه مختلف الذهنيات.

المجال المكاني:

تم إجراء الدراسة الميدانية بجامعة ابن خلدون، تيارت.

التعريف بجامعة ابن خلدون تيارت:

عام 1980 تم إنشاء أول مركز جامعي بمدينة تيارت.

عام 1984 فتح المركز الجامعي وتم إنشاء معهدين وطنيين للتعليم العالي، الأول في الهندسة والثاني في الزراعة والبيطرة.

عام 1992 أصبح المؤسسة مركزا جامعيًا من جديد.

عام 2010 إعادة هيكلة الجامعة إلى 6 كليات و معهد بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 37/10 المؤرخ في 2010/01/25.

¹ محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الإجتماعية، ط1، الاسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث، 1998، ص112

عام 2013 إعادة هيكلة الجامعة إلى 8 كليات ومعهدين بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 102/13 المؤرخ في 2014/03/14، تمثلت الكليات في:

كلية العلوم التطبيقية، كلية الرياضيات والإعلام الآلي، كلية علوم المادة، كلية علوم الطبيعة والحياة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية الآداب واللغات، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية.

والمعهدين هما:

معهد علوم البيطرة، معهد علوم التكنولوجيا.

المجال الزمني :

وهو الوقت الذي استغرقته الدراسة الميدانية حيث تم إجرائها من تاريخ 07 أفريل 2016 الى غاية 18 من نفس الشهر.

2. منهج الدراسة :

المنهج هو مجموع الإجراءات والأساليب المتبعة من طرف الباحث بغرض الوصول إلى نتائج حقيقة تخدم موضوع الدراسة وتختلف المناهج باختلاف المواضيع المدروسة.¹

ودراستنا هذه "المحددات الإجتماعية للباس المرأة بمدينة تيارت" استدعت الاعتماد على المنهج الكمي ويعرف "بأنه مجموعة من العمليات التي تهدف إلى قياس الظواهر"²

ويظهر استخدامي للمنهج الكمي أثناء الدراسة عندما قمت بتحويل المعطيات الميدانية إلى معطيات إحصائية وذلك باستخدام الأرقام والنسب المئوية

¹ عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، د.ط، ديوان المطبوعات الجزائرية، 1995، ص72

² موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، بوزيد صحراوي ، الجزائر ، دار القصة 2004، ص366

3. أدوات جمع البيانات

يتطلب كل بحث اجتماعي الاستعانة بمجموعة من الأدوات المنهجية التي تستخدم في جمع الحقائق والمعطيات الميدانية من الواقع لأجل تحليلها وتفسيرها للحصول على نتائج تتعلق بالظاهرة الاجتماعية المدروسة. وتعرف الاستمارة على أنها مجموعة من الأسئلة المرتبطة حول موضوع معين ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة أو التأكد من معلومات متعارف عليها.¹ ودراسي هذه "المحددات الاجتماعية للباس المرأة بمدينة تيارت" استدعت الاعتماد على أداة الاستمارة بالمقابلة، وذلك من أجل شرح طبيعة الموضوع للمبحوثات وتبسيط المعلومات الصعب فهمها.

وقد تضمنت الاستمارة ثلاثة وأربعين سؤالاً موزعة على خمس محاور:

المحور الأول: محور البيانات الشخصية للمبحوثين يتضمن تسعة أسئلة.

المحور الثاني: متعلق بالموضة واختيار اللباس يتضمن سبعة أسئلة.

المحور الثالث: المعنون تأثير المحيط الأسري على اختيار اللباس يتكون من ثمانية أسئلة.

المحور الرابع: هو محور وسائل الإعلام ونشر ثقافة اللباس يتكون من ثمانية أسئلة.

المحور الخامس: متعلق بدور القيم في اختيار اللباس يتكون من عشرة أسئلة

تحكيم الاستمارة:

بعد الانتهاء من تصميم الإستمارة في صورتها النهائية عرضت بعد ذلك على مجموعة من المختصين في علم الاجتماع وهم:

الأستاذة بن مفتاح خيرة تخصص علم الاجتماع اتصال.

¹ فيروز مامي زراقة وآخرون: في منهجية البحث الاجتماعي، ط1، قسنطينة، منشورات مكتبة إقرأ، 2007، ص104

الأستاذ بودواية مختار تخصص أنثروبولوجيا الانتاج الرمزي الاتصال والتواصل.

الأستاذ زهواني عمر تخصص علم اجتماع ثقافي تربوي.

وبعد وضع التصحيح الذي يشمل الإضافة أو التصويب أو التوجيه وغير من الأخطاء والمعلومات التي يمكن تصحيحها في الاستمارة وبعد التصحيح قمت بتوزيع 100 استمارة لتوزيعها على الطالبات وتم استرجاع كل الاستمارات لأنني اعتمدت على الاستمارة بالمقابلة فلم نسجل ضياع أي استمارة أو إغائها.

4. عينة الدراسة

العينة هي جزء من الظاهرة الواسعة معبرة عن كله تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العينة على الظاهرة كلها.¹

واعتمدت في دراستي على العينة القصدية وفيها يتقصد الباحث اختيار عينة تتحقق فيها شروط معينة ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة أنها تمثل المجتمع أفضل تمثيل، أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة أو مشابهة لمقياس المجتمع الأصلي.²

تم اختيار 100 طالبة من جامعة ابن خلدون حيث قمت باختيار أربعة أقسام و اخترت من كل قسم 25 طالبة بطريقة قصدية وتمثلت الاقسام في قسم الفلسفة، الحقوق، فرنسية، علوم الطبيعة والحياة.

¹ صلاح الدين شاروخ: منهجية البحث العلمي، ط1، عنابة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص29.

² رحيم يونس العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، عمان، دار دجلة، 2008. ص65

5. مواصفات العينة :

الجدول رقم 01 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	الفئات
32%	32	22-18
47%	47	27-23
21%	21	32-28
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 01 أن معظم أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 23-27 سنة بنسبة 47% في حين بلغت نسبة الطالبات اللواتي يتراوح أعمارهن من 18-22 سنة نسبة 32% مقارنة بالسن ما بين 28-32 سنة حيث بلغت نسبة 21%. و ذلك يدل ان معظم الطالبات هن في سن الشباب.

الجدول رقم 02 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السكن

النسبة	التكرار	المتغير
50%	50	شقة
45%	45	حوش
5%	5	فيلا
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 2 أن معظم أفراد العينة يعيشون في شقة وذلك بنسبة 50% أما نسبة 45% يعيشون في حوش، في حين 5% يعيشون في فيلا.

الجدول رقم 03 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن

النسبة	التكرار	منطقة السكن
3%	3	ريفية
50%	50	شبه حضرية
47%	47	حضرية
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 03 يتضح أن معظم أفراد العينة يعيشون في منطقة شبه حضرية بنسبة 50% أما الذين يعيشون في منطقة حضرية بنسبة 47% في حين الذي يعيشون في المنطقة الريفية بلغت نسبتهم 3%.

الجدول رقم 04 : توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى المعيشي

النسبة	التكرار	المستوى المعيشي
14%	14	منخفض
81%	81	متوسط
5%	5	مرتفع
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ أن نسبة 81% من أفراد العينة مستواهم المعيشي متوسط مقارنة بالمستوى المنخفض في حيث بلغت نسبتهم 14% في حين ذوي المستوى المعيشي المرتفع بلغت نسبتهم 5%.

الجدول رقم 05 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
عزباء	93	93%
متزوجة	7	7%
مطلقة	0	0%
أرملة	0	0%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم 05 نلاحظ أن نسبة 93% من أفراد العينة عازبات في حين 7% منهن متزوجات وبلغت نسبة 0% لكل من الأراامل والمطلقات.

الجدول رقم 06 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي للأب

المستوى التعليمي للأب	التكرار	النسبة
أمي	13	13%
ابتدائي	25	25%
متوسط	39	39%
ثانوي	16	16%
جامعي	7	7%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم 06 نلاحظ أن معظم أفراد العينة التعليمي متوسط حيث بلغت نسبتهم 39% في حين الذين بلغ مستواهم التعليمي الإبتدائي فنسبتهم 25% و16% مستواهم التعليمي ثانوي أما المستوى الإبتدائي بلغت نسبتهم 13% في حين الذين مستواهم جامعي فبلغت نسبتهم 7%.

الجدول رقم 07 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي للأم

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي للأم
15%	15	أمي
29%	29	ابتدائي
39%	35	متوسط
14%	14	ثانوي
3%	3	جامعي
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 7 نلاحظ أن نسبة 39% من أفراد العينة المستوى التعليمي لأهم متوسط، في حين 29% مستواها ابتدائي ونسبة 15% مستواها أمي في حين 14% مستواهم ثانوي أما الذين مستواهم جامعي فنسبتهم 3%.

الجدول رقم 08 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة في الحي الجامعي

النسبة	التكرار	الإقامة في الحي الجامعي
20%	20	نعم
80%	80	لا
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 8 يتضح أن نسبة 80% لا يقيمون في الحي الجامعي في حين الذين يقيمون في الحي الجامعي فبلغت نسبتهم 20%.

الفصل الثالث

الفصل الثالث : عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

1. قراءة وتحليل النتائج

الجدول رقم 09 : يمثل رأي الوالدين في اللباس ونوع اللباس المفضل

النسبة	المجموع	اللباس الغربي	حجاب عصري	حجاب ملتزم	نوع اللباس المفضل
					رأي الوالدين في اللباس
%100	48	%14.58 7	%83.33 40	%2.08 1	راضي
%100	29	%20.63 6	%75.86 22	%3.45 1	غير راضي
%100	23	%13.04 3	%78.26 18	%8.70 2	غير مبالي
%100	100	%16.00 16	%80.00 80	%4.00 4	المجموع

من خلال هذا الجدول والذي يمثل رأي الوالدين في اللباس ونوع اللباس المفضل نلاحظ أن نسبة %83.33 من الذين والديهم راضون عن لباسهم يفضلون الحجاب العصري في حين %14.58 منهم يفضلون اللباس الغربي و%2.08 منهم الحجاب الملتزم مقارنة بالذين والديهم غير راضين عن لباسهم فنسبة %78.26 يفضلون الحجاب العصري و %20.69 منهم يفضلون اللباس الغربي و%3.48 يفضلون الحجاب الملتزم وتتقارب النسبة مع الذين والديهم غير راضين عن لباسهم حيث %75.86 منهم يفضلون الحجاب العصري ونسبة %13.00 منهم يفضلون اللباس الغربي و %8.70 يفضلون حجاب ملتزم.

هذا ما يدل على أنه كلما كان الوالدين راضين عن نوع اللباس كلما اتجه اختيار الطالبة للباس نحو العصرية والحداثة، لان ذلك يعطيها استقلالية أكثر في الاختيار.

الجدول رقم 10 : يوضح العلاقة بين إلزامية اللباس ومعايير الاستناد في اختيار اللباس

النسبة	المجموع	اللباس الغربي	حجاب عصري	حجاب ملتزم	اختيار معايير اللباس
					إلزامية اللباس
%100	4	%25 1	%75 3	%0 0	نعم
%100	86	%56.98 49	%48.84 42	%5.81 5	لا
%100	100	%50.00 50	%45.00 45	%5.00 5	المجموع

من خلال هذا الجدول التالي والذي يوضح العلاقة بين اللباس المفروض ومعايير اختيار اللباس نلاحظ أن نسبة %75 من الذين يفرض عليهم لباس معين يستندون على المجتمع في اختيار اللباس في حين %25 منهم يستندون على الأسرة مقارنة بالذين لم يفرض عليهم لباس معين فيستندون على الأسرة مقابل %48.84 يستندون على المجتمع في اختيار اللباس و%5.81 يستندون على الدين.

ما يدل على من يكون لديهم استقلالية في اختيار اللباس يستندون على الأسرة باعتبارها توفر لهم حرية مطلقة في الاختيار في حين الذي يفرض عليهم لباس معين فيستندون على المجتمع في اختيارهم فالمجتمع مهم جدا بالنسبة لهذه الفئة وذلك حسب ما تفرضه تقاليد منطقتهم.

الجدول رقم 11 : يوضح العلاقة بين منطقة السكن ونوع اللباس عند حضور مناسبة

النسبة	المجموع	عصري	تقليدي	نوع اللباس عند حضور مناسبة
				منطقة السكن
%100	3	%37.33 1	%66.67 2	ريفية
%100	50	%48 24	%52 26	شبه حضرية
%100	47	%55.31 26	%44.68 21	حضرية
%100	100	%51.00 51	%49.00 49	المجموع

من خلال الجدول المعنون بالعلاقة بين منطقة السكن ونوع اللباس عن حضور مناسبة ما، نلاحظ أن نسبة %66.67 من الذين يعيشون في منطقة ريفية يلبسون اللباس التقليدي عند حضور مناسبة في حين الذين يلبسون اللباس العصري فنسبتهم %37.33 مقارنة بالذين يعيشون في منطقة حضرية فنسبة %55.37 يلبسون اللباس العصري و %44.68 يلبسون اللباس التقليدي عند حضور مناسبة ما، أما الذين يعيشون في منطقة شبه حضرية فنسبة %52 يلبسون التقليدي في المناسبات و %48 منهم يلبسون اللباس العصري.

ومن هنا نستنتج أن الأصل الجغرافي يلعب دورا في اختيار الطالبة لنوع اللباس وهذا راجع كون البيئة الحضرية متفتحة كما أن التألق إلى معالم الموضة و العصرية يزداد أكثر في المناطق التي يرتفع فيها المستوى المعيشي وتحسن نوعية الخدمات وهذا بالطبع لا يتوفر في المناطق التي يطغى عليها الطابع الريفي ما يجعلهم يميلون نحو النمط التقليدي المحافظ.

الجدول رقم 12 : يمثل رأي الوالدين في نوع اللباس ومكان الاهتمام باللباس

النسبة	المجموع	البيت	الأهل والأقارب	الجامعة	مكان الاهتمام باللباس رأي الوالدين
%100	47	%6.38 3	%23.40 11	%70.22 33	راضي
%100	30	%20 6	%26.67 8	%53.33 16	غير راضي
%100	23	%8.69 2	%26.09 6	%65.22 15	غير مبالي
%100	100	%11.00 11	%25.00 25	%64.00 64	المجموع

من خلال هذا الجدول الذي يوضح العلاقة بين رأي الوالدين في نوع اللباس ومكان الاهتمام باللباس نلاحظ أن نسبة 70.15% من الطالبات اللواتي والديهم راضين عن لباسهن يهتمون باللباس في الجامعة مقابل 23.40% منهن يهتمون باللباس مع الأهل والأقارب و 6.38% منهم يهتمون باللباس في البيت وهذا مقارنة بالذين والديهم غير مباليين حيث بلغت نسبة الذين يهتمون باللباس في الجامعة 65.22% و 26.09% منهم يهتمون باللباس مع الأهل والأقارب في حين 8.69% يهتمون باللباس في البيت، أما الذين والديهم غي راضين عن لباسهم فنسبة 53.33% منهم يهتمون باللباس في الجامعة وتنقص النسبة مقارنة مع الذين والديهم راضين أو غير مباليين.

وهذا يعني أن رضا الوالدين عن اللباس أو غير مباليين يجعل الطالبة أكثر حرية في اختيار اللباس لذلك نجد اهتمامهم باللباس يكون خارج البيت ويقل عندما يكون في البيت

الجدول رقم 13 : يمثل العلاقة بين نوع السكن ونوع اللباس المفضل

النسبة	المجموع	نوع اللباس المفضل			نوع السكن
		اللباس الغربي	حجاب عصري	حجاب ملتزم	
%100	50	%22 11	%74 37	%4 2	حوش
%100	45	%8.88 4	%86.67 39	%4.44 2	شقة
%100	5	%20 1	%80 4	%0 0	فيلا
%100	100	%16.00 16	%80.00 0	%4.00 4	المجموع

من خلال هذا الجدول التالي والذي يوضح العلاقة بين نوع السكن ونوع اللباس المفضل نلاحظ أن نسبة 86.67% من الذي يقطنون في شقة يفضلون الحجاب العصري ونسبة 8.88% منهم يفضلون اللباس الغربي بالمقابل 4.44% يفضلون الحجاب الملتزم، مقارنة بالذين يسكنون في فيلا فنسبة 80% يفضلون الحجاب العصري ونسبة 20% منهم يفضلون اللباس الغربي و0% منهم يفضلون الحجاب الملتزم، في حين الذين يسكنون في حوش فنسبة 74% يفضلون الحجاب العصري ونسبة 22% منهم يفضلون اللباس الغربي ونسبة 4% حجاب ملتزم.

ومنه نستنتج أن نوع السكن يلعب دورا في تحديد نوع اللباس فمعظم الذين يعيشون في عمارة يميلون نحو اللباس العصري أكثر وذلك كون العمارة خليط سكاني فإنها تفتح للقاطنين بها مجال واسع للتفتح والتبادل بين الأسر والأفراد ما يجعل القاطنين بها يعيشون في بيئة ثقافية متنوعة.

الجدول رقم 14 : نوع اللباس الذي ترتديه القريبات والنوع اللباس المفضل

النسبة	المجموع	اللباس الغربي	حجاب عصري	حجاب ملتزم	نوع اللباس المفضل
					اللباس الذي ترتديه القريبات
%100	77	%10.39 8	%87.01 67	%2.5 2	الحجاب العصري
%100	9	%0 0	%77.78 7	%22.22 2	الحجاب الملتزم
%100	14	%57.14 8	%42.86 6	%0 0	لا يضعن الحجاب
%100	100	%16.00 16	%80.00 80	%4.00 4	المجموع

من خلال هذا الجدول الذي يوضح العلاقة بين نوع اللباس الذي ترتدينه القريبات ونوع اللباس المفضل نلاحظ أن نسبة 81.01% من الذين يرتدي قريباتهم حجاب عصري يفضلون كذلك نفس النوع من اللباس مقارنة بالذين يرتدي قريباتهم اللباس الغربي حيث بلغت نسبتهم 10.39% وبلغت نسبة الحجاب الملتزم 2.50 أما فيما يخص الذي يرتدي قريباتهم الحجاب الملتزم فنسبة 77.78% منهم يفضلون العصري و22.22% منهم حجاب ملتزم مقارنة بالذي يفضلون اللباس الغربي بحيث بلغت نسبتهم 0% في حين الذين قريباتهم لا يضع الحجاب فنسبة 57.14% منهم يفضلون اللباس الغرب 42.86% يفضلون اللباس العصري ونسبة 0% من الذين يفضلون الحجاب الملتزم.

وهذا ما يدل على أن الطالبة تتأثر بقريباتها في اختيار لباس معين وذلك لاعتبار أن القريبات في احتكاك دائم، هذا ما يجعلهم يقلدون بعضهم البعض.

الجدول رقم 15 : يمثل العلاقة بين المستوى المعيشي و ثمن شراء اللباس

النسبة	المجموع	ثمن شراء اللباس		المستوى المعيشي
		لا	نعم	
%100	14	%38.57 4	%71.43 10	منخفض
%100	73	%36.99 27	%68.01 46	متوسط
%100	13	%61.54 8	%3.46 5	مرتفع
%100	100	%39.00 39	%61.00 61	المجموع

من خلال الجدول التالي والذي يوضح العلاقة بين المستوى المعيشي و ثمن شراء اللباس نلاحظ أن نسبة %71.43 من ذوي الدخل المنخفض شرائهم للباس له علاقة بثمانه في حين نسبة %28.57 منه لا يعيرون اهتمام لثمن شراء اللباس، في المقابل ذو الدخل المتوسط نسبة %63.01 منهم شرائهم للباس له علاقة بثمانه في حين نسبة %36.99 منهم شرائهم للباس ليس له علاقة بالثمان، مقارنة بذوي الدخل المرتفع نسبة %61.54 شرائهم للباس ليس له علاقة بثمانه ونسبة %38.46 منهم شرائهم للباس له علاقة. ومنه نستنتج أن المستوى المعيشي يؤثر على اختيار اللباس فذوي الدخل المرتفع لهم حرية كافية للشراء مقارنة بذوي الدخل المنخفض الذين يكون لديهم صعوبة في اختيار أو اقتناء الموضة التي تعجبهم

الجدول رقم 16 : يمثل العلاقة بين المرافقة عند شراء الملابس ومكان الاهتمام باللباس

النسبة	المجموع	البيت	الأهل والأقارب	الجامعة	مكان الاهتمام باللباس المرافقة عند شراء اللباس
%100	44	%15.91 7	%18.18 8	%65.91 29	الصدقات
%100	31	%6.45 2	%30.71 12	%54.54 17	الأخوات
%100	18	%5.55 1	%16.67 3	%77.78 14	الأم
%100	7	%14.25 1	%28.57 2	%57.14 4	الزوج
%100	100	%11.00 11	%25.00 25	%64.00 64	المجموع

من خلال الجدول التالي الذي يوضح العلاقة بين الشخص المرافق عند شراء الملابس ومكان الاهتمام باللباس أن نسبة 77.78% من الذي يرافقون الأم شراء الملابس يهتمون باللباس في الجامعة في حين نسبة 16.67% يهتمون باللباس مع الأهل والأقارب و 5.55% يهتمون باللباس في البيت وهذا مقارنة بالذين يرافقون الصدقات في شراء اللباس فنسبة 65.11% منهم يهتمون به في الجامعة و 18.18% يهتمون باللباس مع الأهل والأقارب أما الذين يرافقون الزوج في شراء الملابس فنسبة 57.14% منهم يهتمون باللباس في الجامعة و 28.57% يهتمون به مع الأهل والأقارب و 14.25% يهتمون باللباس في البيت.

ومنه نستنتج أن هناك بين الشخص المرافق عن شراء اللباس ومكان الاهتمام باللباس فمرافقة الأم عند الشراء يجعل الطالبات أكثر حرية في الاهتمام باللباس لشعورهم برضاها وباعتبارها من نفس الجنس تعرف اهتماماتهم وأذواقهم.

الجدول رقم 17 : يمثل العلاقة بين حجاب كل الصديقات ونوع اللباس المفضل

النسبة	المجموع	اللباس العصري	حجاب عصري	حجاب ملتزم	نوع اللباس المفضل
					تجيب كل الصديقات
%100	73	%13.70 10	%82.19 60	%4.11 3	نعم
%100	27	%22.22 6	%74.08 20	%3.70 1	لا
%100	100	%16.00 16	%80.00 80	%4.00 4	المجموع

من خلال الجدول التالي المعنون بالعلاقة بين حجاب كل الصديقات ونوع اللباس المفضل نلاحظ أن نسبة %82.19 من الذين كل صديقات متحجاب يفضلون الحجاب العصري في حين نسبة %13.70 يفضلون اللباس الغربي ونسبة %4.11 يفضلون الحجاب الملتزم، مقارنة بالذين لي كل صديقاتهم متحجابات فنسبة %74.08 منهم يفضلون الحجاب العصري ونسبة %22.22 يفضلون اللباس الغربي، فيما الذين يفضلون الحجاب الملتزم فنسبتهم %3.70

ومنه نستنتج أن جماعة الرفاق تأثير على اختيار اللباس فالصديقات يتأثرن ببعضهن البعض في ارتداء نفس النوع اللباس بحكم أن لهم نفس الأذواق وينتمون إلى نفس الفئة الاجتماعية هذا ما يجعل هناك تقارب بينهن في اختيار أنواع الملابس.

الجدول رقم 18 : يمثل العلاقة بين التأثير بالمشاهير والرأي في لباس الموضة

النسبة	المجموع	مناف للدين	محل بالحياة	تفتح على العالم	تقليد للغرب	الرأي في لباس الموضة / التأثير بالمشاهير
%100	41	%12.19 5	%17.07 7	%41.46 17	%29.27 12	نعم
%100	59	%10.17 6	%33.51 20	%25.42 15	%31.51 18	لا
%100	100	%11.00 11	%27.00 27	%32.00 32	%30.00 30	المجموع

من خلال الجدول التالي المعنون بـ العلاقة بين التأثير بالمشاهير والرأي في لباس الموضة نلاحظ أن 41.46% من الذي يتأثرون بالمشاهير الذي يرونهم عبر وسائل الإعلام يعتبرون لباس الموضة تفتح على العالم ونسبة 29.27% منهم يرون أنه تقليد للغرب في حين نسبة 17.07% يعتبرونه محل بالحياة، مقارنة بالذين لا يتأثرون بالمشاهير فنسبة 33.51% منهم يعتبرون لباس الموضة محل بالحياة وتتقارب النسبة مع الذي يعتبرونه تقليد للغرب بنسبة 31.51% أما الذين يرون أنه تفتح على العالم فنسبتهم 25.42% ونسبة 10.17% منهم يرون أن لباس الموضة مناف للدين.

ومن هنا نستنتج أن هناك علاقة بين التأثير بالمشاهير والرأي في لباس الموضة فتقليد المشاهير يجعل الطالبة تحس بأنها مواكبة للموضة ومتفتحة على الحضارات الأخرى، فالمشاهير بالنسبة لهم المثل الأعلى وهم يمثلون بالنسبة لهم أشخاص مميزين يصعب الوصول إلى مكانتهم الاجتماعية، لذلك يسعون إلى تقليدهم بشتى الطرق للإحساس بأنهم يشبهونهم وأنهم استطاعوا أن يحصلوا على ما يلبسه المشاهير سواء كانوا فنانيين، ممثلين، سياسيين، مقدمي برامج، وغيرهم.

الجدول رقم 19 : يمثل العلاقة بين تقليد الموضة و الرأي في لباس الموضة

النسبة	المجموع	مناف للدين	محل بالحياة	تفتح على العالم	تقليد للغرب	الرأي في لباس الموضة
						تقليد الموضة
%100	54	%11.11 6	%18.52 10	%44.44 24	%25.93 14	نعم
%100	23	%4.35 1	%34.78 8	%26.09 6	%34.78 8	أحيانا
%100	23	%17.39 64	%39.13 9	%8.70 2	%34.78 8	لا
%100	100	%11.00 11	%27.00 27	%32.00 32	%30.00 30	المجموع

من خلال الجدول التالي المعنون ب تقليد الموضة التي تنتجها وسائل الإعلام والرأي في لباس الموضة نلاحظ أن نسبة 44.44% من الذين يقلدون الموضة التي تنتجها وسائل الإعلام يرون أن لباس الموضة تفتح على العالم في حين نسبة 25.93% يرون أنه تقليد للغرب ونسبة 18.52% يرون أنه محل بالحياة أما الذين يرون أنه مناف للدين فبلغت نسبتهم 11.11% في حين الذين أحيانا ما يقلدون الموضة فنسبة 34.78% يرون أن تقليد للغرب ونفس النسبة يرون أنه محل بالحياة مقارنة بالذين لا يقلدون الموضة فنسبة 39.13% منهم يرون أن لباس الموضة محل بالحياة ونسبة 34.78% منهم يرون أنه تقليد ونسبة 17.39% يرون أنه مناف للدين. ومنه نستنتج أن هناك علاقة بين الموضة التي تنتجها وسائل الاعلام و الرأي في لباس الموضة، فمن يقلدون هذه الموضة يرون في ذلك شيء من الحضارة والتطور ليكونوا مسايرين لبقية العالم في حين الذي لا يقلدونها فيعتبرون الموضة دخيلة على المجتمع منافية للدين .

الجدول رقم 20 : يمثل العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام ومتابعة الموضة

النسبة	المجموع	مشاهدتها عبر وسائل الإعلام	ظهورها في الأسواق	عند ارتداء أغلبية الناس لها	متابعة الموضة حجم التعرض للإعلام
%100	8	%25 2	%37.50 3	%37.50 3	أقل من ساعة
%100	26	%26.92 7	%38.46 10	%34.62 9	من ساعة إلى 3 ساعات
%100	66	%57.57 38	%16.67 11	%25.76 17	من 3 ساعات فأكثر
%100	100	%47.00 47	%24.00 24	%29.00 29	المجموع

من الجدول التالي المعنون بـ العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام ومتابعة الموضة نلاحظ أن نسبة 57.57% من الطالبات اللواتي يتابعن وسائل الإعلام أكثر من 3 ساعات تابعوا الموضة من خلال مشاهدتها عبر وسائل الإعلام في حين نسبة 25.76% منهم يتابعونها عند ارتداء أغلبية الناس لها و 16.67% منهم يتابعونها عند ظهورها في الأسواق مقارنة بالذي يتعرضون لوسائل الإعلام أقل من ساعة فتساوي نسبة الذين يتابعون الموضة عند ارتداء أغلبية الناس لها وظهورها في الأسواق بنسبة 37.50% أما الذين يتابعونها عند مشاهدتها عبر وسائل الإعلام فبلغت نسبتهم 25%.

ومنه نستنتج أنه هناك علاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام و متابعة الموضة، فكلما زاد حجم التعرض لوسائل الإعلام زاد حجم التأثير وذلك من خلال ما تبته من برامج متنوعة تجعل الطالبة تتأثر بها، كما تجعلها على اطلاع دائم بكل جديد يخص الموضة .

الجدول رقم 21 : يمثل العلاقة بين وسائل الإعلام التي تشاهد بكثرة ونوع اللباس المفضل

النسبة	المجموع	اللباس الغربي	الحجاب العصري	الحجاب الملتزم	نوع اللباس المفضل
					وسائل الإعلام المشاهدة بكثرة
%100	57	%10.53 6	%85.96 49	%3.51 2	عربية
%100	30	%23.33 7	%73.33 22	%3.33 1	أجنبية
%100	13	%23.07 3	%69.23 9	%7.70 1	محلية
%100	100	%16.00 16	%80.00 80	%4.00 4	المجموع

من الجدول التالي المعنون بـ وسائل الإعلام المشاهدة بكثرة ونوع اللباس المفضل نلاحظ أن نسبة 85.96% من الذي يشاهدون القنوات العربية يفضلون الحجاب العصري في حين نسبة 10.53% منهم اللباس الغربي و3.51% الحجاب الملتزم مقارنة بالذين يشاهدون القنوات الأجنبية نسبة 73.33% يفضلون الحجاب العصري ونسبة 23.33% منهم يفضلون اللباس الغربي في حين 3.33% يفضلون الحجاب الملتزم أما الذين يشاهدون القنوات المحلي فنسبة 69.33% منهم يفضلون الحجاب العصري ونسبة 23.07% يفضلون اللباس الغربي في حين نسبة 7.7% الحجاب الملتزم.

ومن هنا نستنتج أن نوع القنوات الفضائية يؤثر على اختيار اللباس وذلك من خلال ما تعرضه القنوات العربية من ممثلات ومقدمات برامج يرتدين الحجاب العصري.

الجدول رقم 22 : يمثل العلاقة بين المواضيع التي تشد الانتباه عند مشاهدة رسائل الاعلام ومتابعة الموضة

النسبة	المجموع	مشاهدتها عبر وسائل الاعلام	ظهورها في الأسواق	ارتداء أغلبية الناس لها	متابعة الموضة المواضيع التي تشد الانتباه
%100	18	%33.33 6	%44.45 8	%22.22 4	الطبخ
%100	16	%43.75 7	%31.25 5	%25 4	إجتماعية
%100	52	%53.85 28	%15.38 8	%30.77 16	الموضة و الأزياء
%100	14	%42.86 6	%21.43 3	%35.77 16	المسلسلات والأفلام
%100	100	%47.00 47	%24.00 24	%29.00 29	المجموع

من الجدول التالي المعنون بـ العلاقة بين المواضيع التي تشد الانتباه عند مشاهدة وسائل الإعلام ومتابعة الموضة نلاحظ أن نسبة 53.85% من الذين يهتمون بمواضيع الموضة والأزياء تابعوا الموضة عند ظهورها عبر وسائل الإعلام ونسبة 30.77% منهم تابعوها عن ارتداء أغلبية الناس لها أما الذين تابعوها عند ظهورها في الأسواق فنسبتهم 15.38% مقارنة بالذين تلفت انتباههم مواضيع الطبخ فنسبة 44.45% منهم تابعوا الموضة عند ظهورها في الأسواق ونسبة 33.33% منهم تابعوها عند ظهورها في وسائل الإعلام والذي تابعوها عند ارتداء أغلبية الناس لها فنسبتهم 22.22% تابعوا الموضة عند ظهورها عبر وسائل الإعلام ونسبة 35.71% تابعوها عند ارتداء أغلبية الناس لها.

ومنه نستنتج أن نوع المواضيع المشاهدة عبر وسائل الإعلام تساهم في نشر ثقافة الموضة فمعظم الذين يهتمون بالموضة والأزياء شاهدوا الموضة عبر وسائل الإعلام وذلك من خلال ما تشبه من عروض أزياء وكل جديد يخص اللباس مما يساهم في الترويج للموضة واستهلاكها.

الجدول رقم 23 : يوضح العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومكانة اللباس في الحياة

النسبة	المجموع	غير هام	هام نوعا ما	هام جدا	مكانة اللباس في الحياة التعرض لوسائل الإعلام
%100	60	%0 0	%20 12	%80 48	دائما
%100	31	%6.45 2	%16.13 5	%77.42 24	أحيانا
%100	9	%0 0	%33.33 3	%66.67 6	نادرا
%100	100	%2.00 2	%20.00 20	%78.00 78	المجموع

من الجدول التالي المعنون بـ العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومكانة اللباس في الحياة نلاحظ أن نسبة 80% من الذين يتعرضون لوسائل الإعلام دائما يعتبر اللباس هام جدا في حياتهم ونسبة 20% هام نوعا ما ونسبة 0% غير هام، وتتقارب النسبة مع الذي يتعرضون لوسائل الإعلام أحيانا فنسبة 77.42% منهم اللباس هام جدا في حياتهم ونسبة 16.13% هام نوعا ما، وتقل النسبة مقارنة مع الذين يتعرضون لوسائل الإعلام نادرا حيث بلغت نسبة الذين يعتبرون اللباس هام جدا حيث بلغت نسبتهم 66.67%.

ومنه نستنتج أن التعرض لوسائل الإعلام له علاقة بمكانة اللباس في الحياة، فوسائل الإعلام المختلفة المطبوعة والمسموعة والمرئية تعمل على إظهار المظهر الجمالي للباس والموضة ومنه نشر ثقافة الاستهلاك ما يجعل المرأة تهتم أكثر باللباس.

الجدول رقم 24 : يوضح العلاقة بين أسباب متابعة وسائل الإعلام ومكانة اللباس في الحياة

النسبة	المجموع	غير هام	هام نوعا ما	هام جدا	مكانة اللباس في الحياة
					أسباب متابعة وسائل الإعلام
%100	37	%0 0	%13.51 5	%86.49 32	التعرف على جديد الموضة والأزياء
%100	12	%8.33 1	%25 3	%66.67 8	تنمية المعلومات الثقافية
%100	12	%0 0	%33.33 4	%66.67 8	متابعة الأحداث المحلية والعالمية
%100	15	%0 0	%20 3	%80 12	التسلية والترفيه
%100	24	%4.17 1	%20.83 5	%75 18	كلها
%100	100	%2.00 2	%20.00 20	%78.00 78	المجموع

من خلال الجدول التالي والمعنون بـ العلاقة بين أسباب متابعة وسائل الإعلام ومكانة اللباس في الحياة نلاحظ أن نسبة 86.49% من الذين غرضهم من متابعة وسائل الإعلام التعرف على جديد الموضة والأزياء يعتبر اللباس هام جدا في حياتهم، في حين الذين يعتبرون اللباس هام نوعا ما فنسبتهم 13.50% ونسبة 0% يعتبرونه غير

هام مقارنة بالذين غرضهم من متابعة وسائل التسلية والترفيه حيث بلغت نسبة الذين يعتبر اللباس هام جدا 80 % والذي يعتبرونه هام نوعا ما نسبتهم 20% أما الذين يعتبرونه غير هام فنسبتهم 0% مقابل 66.67% من الذين غرضهم من متابعة وسائل الإعلام تنمية المعلومات الثقافية يعتبرون اللباس هام جدا وتساوي نسبة الذي يعتبرونه غير هام وهام بنسبة 25%.

ومنه نستنتج أن المواضيع المشاهدة عبر وسائل الإعلام لها علاقة باهتمام الطالبة بالإشهار باعتباره هام جدا وذلك من خلال ما يتم عرضه فيما يخص الجمال والأزياء وجديد اللباس وهذا ما يجعلها أكثر اهتماما بالمظهر والأناقة.

الجدول رقم 25 : يمثل العلاقة بين الحرص على توفر الحشمة في اللباس ونوع اللباس المفضل

النسبة	المجموع	اللباس الغربي	الحجاب العصري	الحجاب الملتزم	نوع اللباس المفضل الحرص على توفر الحشمة
100%	54	7.41%	83.33%	9.26%	نعم
		4	42	5	
100%	46	23.91%	76.03%	0%	أحيانا
		11	35	0	
100%	0	10%	0%	0%	لا
		0	0	0	
100%	100	16.00%	80.00%	4.00%	المجموع
		16	80	4	

من خلال الجدول المعنون بالحرص على توفر الحشمة في اللباس ونوع اللباس المفضل نلاحظ أن نسبة 87.33% من الذين يحرصون على توفر الحشمة في لباسهم يفضلون الحجاب العصري ونسبة 9.36% يرتدون الحجاب الملتزم في حين بلغت نسبة الذين يفضلون اللباس الغربي 7.41% مقارنة بالذين أحيانا ما يحرصون على توفر الحشمة في لباسهم فبلغت نسبة الذي يرتدون اللباس العصري 76.09% ونسبة 23.91% يفضلون اللباس

الغربي في حين الذي لا يحرصون على توفر الحشمة فبلغت نسبتهم 0% من الذي يفضلون الحجاب الملتزم وتعدت النسبة من الذين يفضلون الحجاب العصري أو الملتزم.

ومنه نستنتج أن هناك علاقة بين توفر الحشمة في اللباس ونوع اللباس خصوصا بالنسبة للحجاب العصري فهذه الفئة تحرص على توفر الحشمة من جهة و من جهة أخرى تحرص على الظهور بمظهر لائق ومواكب للموضة.

الجدول رقم 26 : يمثل العلاقة بين عكس اللباس للأخلاق والرأي في لباس الموضة

النسبة	المجموع	مناف للدين	محل بالحياء	تفتح على العالم	تقليد للغرب	رأي في لباس الموضة عكس اللباس للأخلاق
100%	75	12%	26.67%	29.33%	32%	نعم
		49	20	22	24	
100%	25	8%	28%	40%	24%	لا
		2	7	10	6	
100%	100	11.00%	27.00%	32.00%	30.00%	المجموع
		11	27	32	30	

من خلال الجدول التالي المعنون بـ عكس اللباس للأخلاق والرأي في اللباس الموضة نلاحظ أن نسبة 40% من الذي يرون أن اللباس لا يعكس الأخلاق يرون أن لباس الموضة هو تفتح على العالم في حين نسبة 28% يرون أنه محل بالحياء ونسبة 24% يرون أنه تقليد للغرب أما الذين يرون أنه مناف للدين فنسبتهم 8% مقارنة بالذين يرون أن اللباس يعكس الأخلاق فنسبة 32% منهم يرون أن لباس الموضة تقليد للغرب و 29.33% يرون أنه تفتح على العالم أما الذين يرون أنه محل بالحياء فبلغت نسبتهم 26.67% ونسبة 12% يرون أنه مناف للدين. ومنه نستنتج أن هناك علاقة بين اعتبار اللباس يعكس الأخلاق والرأي في لباس الموضة، فالذين يعتبرون اللباس يعكس أخلاقهم يجتنبون لباس الموضة لأنه محل بالحياء ومناف للدين فهذا اللباس يجعلهم يتحلون عن أخلاقهم.

الجدول رقم 27 : يمثل العلاقة بين مراعاة التقاليد الاجتماعية في اختيار اللباس والرأي في لباس الموضة

النسبة	المجموع	مناف للدين	محل بالحياء	تفتح على العالم	تقليد للغرب	الرأي في لباس الموضة مراعاة التقاليد الاج. في اللباس
%100	67	%44.45 7	%38.36 19	%25.37 17	%35.82 24	نعم
%100	33	%12.12 4	%24.24 8	%45.45 15	%18.18 6	لا
%100	100	%11.00 11	%27.00 27	%32.00 32	%30.00 30	المجموع

من خلال الجدول التالي المعنون بـ مراعاة التقاليد الاجتماعية في اختيار اللباس والرأي في لباس الموضة نلاحظ أن نسبة 45.46% من الذين لا يراعون التقاليد الاجتماعية في اختيارهم للباس يرون أن الموضة هي تفتح على العالم ونسبة 24.24% يرون أنه محل بالحياء أما الذين يرون أنه تقليد للغرب فنسبتهم 18.18% مقارنة بالذي يراعون التقاليد الاجتماعية في اختيارهم للباس فنسبة 35.82% يرون أن لباس الموضة تقليد للغرب ونسبة 28.36% يرون أنه محل بالحياء أما الذين يرون أنه تفتح على العالم فبلغت نسبتهم 25.37%.

ومنه نستنتج أن هناك علاقة بين مراعاة التقاليد الاجتماعية والرأي في لباس الموضة فالذين يراعون التقاليد الاجتماعية في اختيارهم للباس يعتبرون الموضة تقليد للغرب، فهم يولون أهمية كبيرة للتقاليد الاجتماعية وذلك لطبيعة مجتمعنا المحافظ وعاداتنا التي ترفض الخروج عن المألوف.

الجدول رقم 28: يمثل العلاقة بين اعتبار اللباس حرية شخصية ومعايير اختيار اللباس

النسبة	المجموع	الأسرة	المجتمع	الدين	معايير اختيار اللباس
					اللباس حرية شخصية
%100	48	%45.83 22	%47.92 23	%6.25 3	نعم
%100	52	%53.85 28	%42.30 22	%3.85 2	لا
%100	100	%50.00 50	%45.00 45	%5.00 5	المجموع

من خلال الجدول التالي المعنون بـ العلاقة بين اعتبار اللباس حرية شخصية ومعايير اختيار اللباس نلاحظ أن نسبة 53.85% من الذي يعتبرون اللباس حرية شخصية يستندون على الأسرة في اختيار اللباس في حين نسبة 45.63% ونسبة 6.25% منهم يستندون على الدين في مقارنة بالذين يعتبرون اللباس حرية شخصية فنسبة 47.92% منهم يستندون على المجتمع ونسبة 45.83% منهم يستندون على الأسرة في حين الذي يستندون على الدين فنسبتهم 6.25%.

ومنه نستنتج أن هناك علاقة بين اعتبار اللباس حرية شخصية ومعايير اختيار اللباس في الأسرة تعتبر بمثابة الضابط لاختيار اللباس فمنهم الذي يستندون عليها في اختيار اللباس لا يعتبرونه حرية شخصية.

الجدول رقم 29 : يمثل العلاقة بين لفت انتباه الطرف الآخر من خلال اللباس ونوع اللباس المفضل

النسبة	المجموع	اللباس الغربي	الحجاب العصري	الحجاب الملتزم	نوع اللباس المفضل لفت انتباه الطرف الآخر
%100	17	%11.76 2	%88.24 15	%0 0	دائما
%100	57	%17.54 10	%78.95 45	%3.51 2	أحيانا
%100	26	%15.38 4	%76.92 20	%7.69 2	أبدا
%100	100	%16.00 16	%80.00 80	%4.00 4	المجموع

من خلال الجدول التالي والمعنون لفت إنتباه الطرف الآخر من خلال اللباس ونوع اللباس المفضل نلاحظ أن نسبة %88.24 من الذين دائما يلفتون انتباه الطرف الآخر يفضلون الحجاب العصري في حين نسبة %11.76 منهم يفضلون اللباس الغربي، ونسبة %0 الحجاب الملتزم، أما الذين أحيانا ما يلفتون انتباه الطرف الآخر فنسبة %78.95 يفضلون الحجاب العصري و%17.54 اللباس الغربي ونسبة %3.51 يفضلون الحجاب الملتزم مقارنة بالذين لا يلفتون انتباه الطرف الآخر من خلال ما يلبسونه فنسبة %76.92 منهم يفضلون الحجاب العصري أما الذين يفضلون اللباس الغربي %15.38 ونسبة %7.69 يفضلون الحجاب الملتزم.

ومنه نستنتج أن هناك علاقة بين لفت انتباه الطرف الآخر من خلال اللباس ونوع اللباس المفضل فمعظم الذي يلفتون انتباه الطرف الآخر يرتدون الحجاب العصري، فالطالبة في هذه المرحلة تسعى بكل الطرق على حسب قناعتها في الحصول على الطرف، فالوسط الجامعي يوفر لها نوعا من الحرية لإقامة علاقات وارتداء ما ترى أنه يعجب الطرف الآخر، فهذا النوع من اللباس يجعلها تلتزم بالقيم الموجودة في المجتمع وتظهر بمظهر لائق.

الجدول رقم 30: يوضح العلاقة بين الشيء الذي يوجه الطالبة عند التسوق ونوع اللباس المفضل

النسبة	المجموع	اللباس الغربي	الحجاب العصري	الحجاب المحترم	نوع اللباس المفضل الشيء الذي يوجه عند التسوق
%100	34	%5.88 2	%34.11 32	%0.00 0	المال
%100	66	%21.21 14	%76.73 48	%6.06 4	القيم
%100	100	%16.00 16	%80.00 80	%4.00 4	المجموع

من خلال الجدول التالي المعنون بـ الشيء الذي يوجه الطالبة عند التسوق ونوع اللباس المفضل نلاحظ أن نسبة %76.73 من الذين توجههم القيم عند التسوق يفضلون الحجاب العصري في حين نسبة %21.21 يفضلون اللباس الغربي، ونسبة %6.06 الحجاب الملتزم مقارنة بالذين يوجههم المال عند التسوق فنسبة %34.12 منهم يفضلون الحجاب العصري ونسبة %5.86 اللباس الغربي أما الذي يفضلون الحجاب الملتزم %0؟ ومنه نستنتج أنه مهما كان نوع اللباس الذي تفضله الطالبة فإنه تحرص على الإلتزام بالقيم الموجودة في المجتمع وذلك كونها تعيش في مجتمع محافظ يولي اهتماما بالغا للقيم ولا يسمح بتجاوزها.

الجدول رقم 31 : يوضح رأي الناس في المثال القائل "كول واش يعجبك ولبس واش يعجب الناس"

ومكانة اللباس في الحياة

النسبة	المجموع	غير هام	هام نوعا ما	هام جدا	مكانة اللباس في الحياة الرأي في المثال
%100	26	%7.69 2	%3.85 1	%88.46 23	موافق
%100	74	%0.00 0	%25.67 19	%74.32 55	غير موافق
%100	100	%2.00 2	%20.00 20	%78.00 78	المجموع

من خلال الجدول التالي المعنون بـ العلاقة بين رأي الناس في المثال القائل "كول واش يعجبك ولبس واش يعجب الناس" نلاحظ أن نسبة 88.46% من الذين يوافقون على المثال يعتبر اللباس هام جدا في حياتهم في حين بلغت نسبة الذي يعتبرون اللباس هام نوعا ما 3.85% والذي يعتبرون غير هام 7.69% مقارنة بالذين لا يوافقون على المثال فنسبة الذين يعتبرون اللباس هام بدل 74.3% ونسبة 25.67% يعتبرون اللباس هام نوعا ما ونسبة 0% يعتبرون غير هام.

ومنه نستنتج أن اللباس بقدر ما هو موضوع شخصي يخص الفرد إلا أنه آن ذاته يخص المجتمع بأكمله فالطالبة تأخذ بعين الاعتبار رأي الناس وانطباعاتهم حول لباسها وذلك من أجل أن لا تكون خارجة عن المألوف في اختياراتها اللباس.

2. مناقشة وتفسير النتائج الجزئية والكلية في ضوء الفرضيات

1_2 مناقشة و تفسير نتائج الفرضية الجزئية الأولى

يتضح من خلال النتائج المتوصل إليها والمتعلقة بالفرضية الأولى أن هناك علاقة بين رأي الوالدين في اللباس ونوع اللباس المفضل وهذا ما أظهرته نتائج الجدول رقم 10.

كما أن معظم المبحوثات يستندن على الأسرة في اختيارهن باعتبارها المؤسسة الأولى للتنشئة الإجتماعية والضابط لسلوكاتهن وهذا ما أظهرته نتائج الجدول رقم 11.

وأظهرت نتائج الجدول رقم 12 أن للأصل الجغرافي دور في اختيار اللباس فسكان المنطقة الحضرية يختزن النمط العصري ومقارنة بالمناطق الريفية والشبه حضرية.

أما الجدول رقم 14 يبين أن نوع السكن له علاقة باختيار اللباس فاللواتي يعشن في نمط سكني يتميز بالاختلاط (شقة) تختلف اختياراتهن عن اللواتي يعشن في فيلا أو حوش.

وتظهر نتائج الجدول رقم 16 أن المستوى المعيشي يؤثر على اختيار اللباس فذوات الدخل المرتفع يكن أكثر حرية في اختيارهن لنمط اللباس الذي يعجبهن دون الأخذ بعين الاعتبار ثمنه عكس ذوي الدخل المتوسط أو المنخفض.

وتظهر نتائج الجدول رقم 15 أن نوع لباس القربيات يتشابه، فيما أظهر الجدول رقم 19 أن الطالبات يتأثرن بنمط لباس صديقاتهن وهذا لأن اللواتي يرتدين ملابسهن بأساليب متشابهة يتقاربن بينما يتفادين أولئك اللواتي تختلف ملابسهن عنهن.

ومن خلال عرض نتائج الجداول التالية يمكن القول أن الفرضية التي مفادها يؤثر المحيط الأسري للمرأة في اختيارها للباسها قد تحققت.

2_2 مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الجزئية الثانية :

يتضح من خلال تحليل الجداول السابقة والمتعلقة بالفرضية الثانية أن الطالبة تتأثر بالمشاهير الذين تراهم عبر وسائل الإعلام ما يجعلها تقلدهم للظهور بمظهر يشبههم وهذا ما أثبتته نتائج الجدول رقم 19.

كما أظهرت نتائج الجدول رقم 20 أن تقليد الطالبة للموضة التي تظهر عبر وسائل الإعلام يجعلها تحس بأنها منفتحة على العالم وعصرية في لباسها.

كما أن متابعة وسائل الإعلام الأجنبية تجعل الطالبات يملن نحو النموذج الغربي في اختيارهن للباس هذا ما أظهرته نتائج الجدول رقم 22.

أما الجدول رقم 21 و 25 فأظهروا أن التتبع المستمر لوسائل الإعلام يجعل الطالبة في تعرف دائم على كل جديد يخص الموضة فأغلب المبحوثات يتابعن الموضة عند ظهورها عبر وسائل الإعلام.

وتعتبر برامج الموضة والأزياء هي تؤثر على اهتمام الطالبة بلباسها لما تظهره هذه البرامج من إغراءات الموضة والجمال وهذا ما أظهرته نتائج الجدولين 23، 24.

ومن خلال نتائج الجداول التالية اتضح أن وسائل الإعلام بمختلف أنواعها تساهم في نشر ثقافة الموضة وبالتالي يمكن القول أن الفرضية تحققت.

2_3 مناقشة وتفسير الفرضية الجزئية الثالثة:

من خلال نتائج الفرضية الجزئية الثالثة يتضح أن معظم المبحوثات يحرصن على توفر الحشمة في لباسهن مهما كان نوعه وهذا ما أظهرته نتائج الجدول رقم 26.

وأظهر الجدول رقم 27 أن الطالبات يعتبرن اللباس يعكس أخلاقهن إذا يعتبرن تتبع لباس الموضة هو مغل بالحياء. وتظهر نتائج الجدول رقم 28 أن الطالبة تراعي التقاليد الاجتماعية في اختيارها للباس معين وذلك لطبيعة مجتمعنا المحافظ الذي لا يسمح بالخروج عن ضوابطه وأحكامه.

كما أن نتائج الجدول رقم 29 أظهرت أن أغلب المبحوثات لا يعتبرن اللباس حرية شخصية فبقدر ما هو موضوع شخصي إلا أنه في الوقت نفسه يخص الأسرة والمجتمع.

ومن خلال الجدول رقم 30 يتضح أن أحيانا ما الطالبة تحت لفت انتباه الطرف الآخر من خلال ما تلبسه خاصة ذوي لباس الحجاب العصري وذلك باعتبار الطالبة في مرحلة تبحث عن شريك الحياة.

وأظهرت نتائج الجدول رقم 31 أن القيم هي التي توجه الطالبات في شرائهن للباس معين وليس المال فأحيانا بالرغم من أنها تكون لديها قدرة على شراء ما يعجبها إلا أنه تأخذ بعين الاعتبار القيم الموجودة في المجتمع.

كما أن الطالبة تأخذ بعين الاعتبار رأي الناس في لباسها كوسيلة للقبول الاجتماعي ولكي لا تكون خارجة عن المألوف هذا ما أظهرته نتائج الجدول رقم 32.

ومن خلال الجداول التالية يمكن القول أن الفرضية التي مفادها تؤثر القيم الاجتماعية على اختيار المرأة للباسها قد تحققت نسبيا.

3. مناقشة و تفسير نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

من خلال عرضنا وتحليلنا للنتائج العامة للدراسة نجد أن هناك تقارب بينها وبين نتائج دراسة عبد القادر بلغري من حيث أن الحجاب العصري هو اللباس الأكثر رواجاً وكذلك تتشابه معه في كون أن الأسرة هي التي تقيد الطالبة بمجموعة من الضوابط في اختيار نموذج اللباس المناسب الذي يتوافق مع تصوراتها.

وتتباين دراستنا مع دراسة بوتقرايت رشيد في اختيار جنس المبحوثين فدراسته اعتمدت على المبحوثين الذكور عكس دراستها التي ركزت على الإناث إلا أنها تتوافق معها ومع دراسة ولد موسى حسينة في كون أن وسائل الإعلام هي من أهم العوامل التي تساعد على نشر ثقافة اللباس وتعتبر من الميكانيزمات الأساسية في عملية اختيار اللباس.

ويتضح كذلك وجود توافق معها في كون أن المستوى المعيشي يؤثر في اختيار نوع اللباس ومن حيث مطابقته للموضة أو لا.

4. الاستنتاج العام للدراسة

توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثات يفضلن الحجاب العصري وذلك رغبة منهن في الوقوف موقف وسط بين التعامل مع القيم الأخلاقية في المجتمع والتعامل مع مقتضيات التغيير الاجتماعي. للمحيط الأسري علاقة وثيقة باختيار اللباس بما في ذلك الأصل الجغرافي ونوع السكن والمستوى المعيشي ومدى رضا الوالدين عن اللباس فاختيار الطالبة للباس يكون وفقا لما يتقبله محيطها الأسري. تساهم وسائل الإعلام في نشر ثقافة الموضة بفعل تأثير مشاهدة التلفزيون واستعمال الأنترنت وقراءة المجلات ويظهر ذلك من خلال تبني الطالبة لرموز هذه الوسائل وهو ما انعكس على لباسها نظرا لتأثرها بالمشاهير وتقليدهم.

على الرغم من الانتشار الواسع للموضة والتغير الملحوظ في أشكال اللباس وتعدد أهدافه إلا أن الطالبة تحرص على الالتزام ببعض القيم الموجودة في المجتمع فهي تسعى إلى التستر وفقا للاحتشام والعفة وإظهار الانطباع الجيد لأخلاقها فهي قيم تسعى الطالبة للحفاظ عليها تبعا لخصوصية المجتمع المحافظ.

خاتمة

خاتمة

إن تغير لباس المرأة لم يكن بشكل سطحي أو اعتباطي بل حكمته مقتضيات الموضة والجمال ودلالات العصرية كما أنه تجاوز التفسير النفسي الذي يستند على أن اللباس تعبير عن الذات وأنه يتغير بتغير السن والمكانة الاجتماعية بل يصل إلى أن هذا التغير كان انعكاسا لجملة من العوامل المتداخلة في المجتمع وطبيعة العلاقات التي تحكمه.

فتعدد أشكال اللباس وتنوعه يرجع إلى كون الموضة اللباسية تتميز بسرعة انتشارها في الأوساط الاجتماعية والشبابية وهي دائما في تجديد و تغير مستمرين من خلال التصاميم والأقمشة والألوان المتنوعة فهي تستقطب الفئة التي تتميز بحب الظهور والتجديد كما تعمل على ضبط تصورات وسلوكيات الأفراد وفقا لما أنشئت عليه المرأة من قيم ومعايير تم إنتاجها اجتماعيا من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية، فبقدر ما أصبح اللباس وسيلة للفت الاعجاب والتميز وتعبير المرأة عن استقلاليتها في أذواقها واختياراتها إلا أن ذلك لا يكون دون الالتزام بنمط العادات والتقاليد واتباع القيم الموجودة في المجتمع.

وما ساهم أكثر في الترويج في الموضة هو وسائل الإعلام وما تسوقه من إعلانات وبرامج مختلفة لأشهر التصاميم الملبسية وتقديم عروض الأزياء الخاصة باللباس ما جعل المرأة على دراية بكل جديد يخص الموضة ما انعكس على اهتماما أكثر بمظهرها وأناقته.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

القواميس والموسوعات :

1. ابن منظور ، لسان العرب، ط3، لبنان، دار صادر، 1994.
2. الموسوعة العربية العالمية، ط2، الرياض، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع ، 1999.
3. بدوي أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الإجتماعي، ط1، بيروت ،مكتبة لبنان، ، 1987.
4. صالح مصلح: قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، ط1، الرياض ، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ، 1999.
5. غيث محمد عاطف ، قاموس العلوم الاجتماعية، ط1، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية، ، 2006.

الكتب بالعربية :

6. النكلاوي أحمد ، التغير والبناء الإجتماعي، ط1، القاهرة ،مكتبة القاهرة الحديثة، ، 1958
7. أحمد عدنان ابراهيم ، محمد المهدي الشافعي، علم الاجتماع التربوي الآفاق الاجتماعية التربوية، ط1، ليبيا ،جامعة سبها، ، 2001.
8. أحمد هاشمي، علاقة الأنماط السلوكية بالأنماط التربوية الأسرية، ط1، وهران ،دار قرطبة، ، 2004
9. اسماعيل محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، القاهرة، الدار العلمية ، 1998.
10. العلوي الهادي، فصول عن المرأة، ط1، لبنان ، دار الكنوز الأدبية، ، 1997.
11. الغزالي محمد ، قضايا المرأة بين التقاليد الراكدة والوافدة، ط1، القاهرة ، دار الشروق، ، 2002
12. أمين رضا عبد الواحد ، الصحافة الالكترونية، د.ط، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
13. أنجس مورييس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت. بوزيد صحراوي ، الجزائر، دار القصة، 2004.
14. بن نبي مالك ، شروط النهضة، د.ط، دمشق ، دار الفكر، 2009.

15. بوبكر بوخريسة: المفاهيم والعمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي، ط1، عنابة، منشورات جامعة برج باجي مختار، 2006.
16. بوحوش عمار: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، د.ط، ديوان المطبوعات الجزائرية، 1995.
17. حجاب محمد منير، وسائل الاتصال، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2008.
18. حجازي مصطفى، التخلف الاجتماعي، مدخل إلى سيكولوجية الانسان المقهور، ط1، لبنان، معهد الإنماء العربي، 1976.
19. حسن عماد مكي، بركات عبدالعزيز محمد: المدخل إلى علم الإتصال، ط1، الكويت، منشورات ذات السلاسل، 1995.
20. حسن إحسان محمد، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الانسانية، 1998.
21. رشوان حسين عبد الحميد، التربية والمجتمع، دراسة في علم إجتماع التربية، ط1، الإسكندرية، مؤسسات شباب الجامعة، 2000.
22. زراقة فيروز مامي وآخرون، في منهجية البحث الاجتماعي، ط1، قسنطينة، منشورات مكتبة إقرأ، 2007.
23. زهران حامد عبدالسلام، علم النفس الاجتماعي، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000.
24. شاروخ صلاح الدين، علم الاجتماع التربوي، ط1، عنابة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2004.
25. شاروخ صلاح الدين، منهجية البحث العلمي، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، عنابة، 2003.
26. شفيق محمد، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، ط1، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1998.
27. عبد الحميد محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
28. عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
29. عتوم عدنان يوسف، علم النفس الاجتماعي، ط1، الأردن، إثراء للنشر والتوزيع، 2001.

30. عزاوي رحيم يونس، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، عمان، دار دجلة، ، 2008.
31. عمر معن خليل، التغيير الاجتماعي، ط1، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ، 2004.
32. عمر معن خليل، علم الاجتماع الأسري، ط1، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ، 2000.
33. غيث محمد عاطف، التغيير الاجتماعي والتخطيط، ط2، القاهرة، دار المعارف، 1966
34. فرغلي زينب عبد الحفيظ ، اتجاهات ملبسية للشباب، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، ، 2002.
35. فوج أجنر: الانتخاب الثقافي، شوقي جلال، ط1، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، ، 2005
36. قاسمي ناصر ، سوسيولوجيا العائلة والتغيير الاجتماعي، ط1، القاهرة، دار الكاتب الحديث، 2012
37. محمد فرح: البناء الاجتماعي للشخصية، ط1، الإسكندرية، الهيئة العامة للكتاب، ، 1980
38. معتوق فريدريك: المعرفة والمجتمع والتاريخ، ط1، طرابلس ، جروس بروس، 1991
39. ملحس أستيتة دلال ، التغيير الاجتماعي والثقافي، ط1، لأردن ، دار وائل للنشر والتوزيع، ا، 2004

الكتب الأجنبية:

40. Sapir Edward, **Ankropologie, culture et personnalité**, ed minuit, Paris, 1967

جرائد ومجلات :

41. بالحاج بلقاسم ، "النظام الأبوي ومظاهر تغير المكانة الاجتماعية للمرأة"، مجلة العلوم الاجتماعية، الإنماء، العدد 4، 2011
42. بلعربي عبد القادر ، "لباس الطالبة في الوسط الجامعي"، مجلة إنسانيات، جامعة عبدالحميد بن باديس، مستغانم، 2015
43. مي جبران، "الموضة سيكولوجيا الانبهار بين الداخل والخارج"، مجلة الفكر العربي المعاصر، 35، مركز الإنماء القومي، لبنان، 1975

الأطروحات :

44. ازوين رتيبة، الحجاب بين الشرعية والموضة، دراسة ميدانية مقارنة بين الحجاب الشرعي والحجاب العصري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2007-2008
45. بلبسعي رشيد ، اختيار نمط اللباس الاغلفة النفسية والجسدية، دراسة مقارنة وعيادية على عينة من الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير في علم النفس العيادي، جامعة الجزائر، 2009-2010
46. بوتقرايت رشيد ، ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2006-2007
47. ولد موسى حسينة: ظاهرة الموضة دراسة في حالة اللباس النسوي للطالبة، دراسة ميدانية حول لباس الطالبات الجامعيات، مذكرة لنيل شهادة ماجستير علم الاجتماع الثقافي، جامعة الجزائر، 2006-2007

مواقع إلكترونية :

48. فن صناعة الموضة، إعداد الطالبات ماجستير تصميم الأزياء، جامعة القصيم، 2015/11/19 Fashion design

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون، تيارت

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع واتصال

استمارة بحث بعنوان

المحددات الاجتماعية للباس المرأة دراسة ميدانية لطالبات جامعة ابن خلدون

بين أيديكم استمارة عن المحددات الاجتماعية للباس المرأة تستخدم كأحدى أدوات البحث العلمي في إطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر نرجو منكم الإجابة عن الأسئلة بكل موضوعية وأتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات لغرض البحث العلمي فقط.

إشراف الأستاذ:

ياسين سعادة

إعداد الطالبة:

خنير فايزة

ملاحظة :

ضع علامة (x) أمام العبارة المناسبة

السنة الجامعية

2016/2015

محور البيانات الشخصية :

1/ السن :

حوش شقة فيلا

2/ نوع السكن :

ريفية شبه حضرية حضرية

3/ منطقة السكن :

منخفض متوسط مرتفع

4/ المستوى المعيشي :

عزباء متزوجة مطلقة أرملة

5/ الحالة الاجتماعية :

6/ المستوى التعليمي للأب : أمي ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

7/ المستوى التعليمي للأم : أمي ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

8/ هل تقيمين في الحي الجامعي : نعم لا

9/ التخصص

المحور الثاني : الاهتمام باللباس والموضة

10/ ما مكانة اللباس في حياتك؟

هام جدا

هام نوعا ما

غير هام

11/ اهتمامك باللباس يكون أكثر عندما تكونين

في الجماعة

مع الأهل والأقارب

في البيت

أخرى ...

12/ ما هي معاييرك التي تستندين عليها في اختيارك للباسك؟

الدين

المجتمع

الأسرة

آخر
يذكر

13/ هل اللباس الذي ترتدينه في الجامعة هو نفسه الذي ترتدينه في بيتك الأصلية؟

نعم لا

14/ ما نوع اللباس الذي تفضلينه؟

الحجاب الملتزم

الحجاب العصري

اللباس الغرب (عدم وضع حجاب)

15/ ما رأيك في لباس الموضة؟

تقليد

تفتح على العالم

مخلا بالحياء

مناف الدين

أخرى ..

16/ متى متابعتك للموضة ؟

عند ارتداء أغلبية الناس لها عند ظهورها في الأسواق

عند مشاهدتها عبر وسائل الإعلام أخرى تذكر ...

المحور الثالث : المحيط الأسري

17/ ما هو رأيك والديك في نوع لباسك الحالي؟

راضي غير راضي غير مبالي

18/ من ترافقين عند الرغبة في شراء الملابس

الصديقات

الأخوات

الأم

أخرى أذكرها ..

19/ هل يوجد لباس معين يفرض عليك؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة نعم، ما هو؟

20/ هل تقومين باستشارة الوالدين في اختيارك لموضة معين ؟

نعم لا

21/ هل اختيارك للباس له علاقة بثمن الشراء؟

نعم لا

22/ ما نوع اللباس الذي يرتدينه قريباتك؟

الحجاب العصري

الحجاب الملتزم

لا يضعن الحجاب

23/ هل كل صديقاتك متحجات؟

نعم لا

24/ عند حضورك مناسبة، ما نوع اللباس الذي ترتدينه؟

لباس تقليدي

لباس عصري

أخرى تذكر

المحور الرابع : وسائل الإعلام وانتاج ثقافة الموضة

25/ ما هي وسائل الإعلام التي تتعرضين لها؟ {رتبها حسب الأهمية}

الصحف والمجلات الاذاعات

القنوات الفضائية الانترنت

26/ هل تعرضك لوسائل الاعلام يكون

دائما أحيانا نادرا

27/ ما هو حجم تعرضك لوسائل الإعلام؟

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى ثلاث ساعات
- من ثلاث ساعات فأكثر

28/ عند تعرضك لوسائل الإعلام ما هي الموضوعات التي تشد انتباهك أكثر من غيرها؟

- الموضوعات الخاصة بالطبخ
- الموضوعات الاجتماعية
- الموضوعات الخاصة بالأزياء والموضة
- أخرى تذكر ...

29/ ما هي وسائل الإعلام التي تشاهدها بكثرة؟

- عربية
- أجنبية
- محلية

30/ هل تتأثرين بالمشاهير التي ترينهم عبر وسائل الإعلام؟

- نعم
- لا

31/ هل تقلدين الموضة التي تنتجها وسائل الإعلام؟

- نعم
- لا

32/ ما هي أسباب متابعتك لوسائل الإعلام؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل) (رتب حسب الأولوية)

- التعرف على جديد الموضة والأزياء
- تنمية معلوماتك الثقافية
- متابعة الأحداث المحلية والعالمية
- التسلية والترفيه
- كلها
- أخرى تذكر ...

المحور الخامس : القيم في اختيار اللباس

33/ ما هو غرضك من متابعة موضة معينة

- حب التباهي
- مجرد فضول
- لفت الانتباه
- أخرى تذكر

34/ هل تعتقد أن اللباس هو حرية شخصية ؟

- نعم
- لا
- لماذا

35/ هل تحرصين على توفر الحشمة في لباسك؟

- نعم
- أحيانا
- لا

36/ ما هو الشيء الذي يوجهك في اختبار اللباس عند السوق؟

- المال
- القيم
- أخرى ...

37/ ما رأيك في القيم والمعايير الموجودة في مجتمعك؟

.....

38/ في رأيك هل اللباس يعكس أخلاقك؟

- نعم
- لا

39/ هل تحبين لفت انتباه الطرف الآخر من حلال ما تلبسينه؟

- دائما
- أحيانا
- لا

40/ هل تراعين التقاليد الاجتماعية في اختيارك لموضة معينة؟

- نعم
- لا

41/ هل تراعين القيم الدينية في اختيارك للباس؟

نعم أحياناً لا

42/ ما رأيك في المثال القائل {كول واش يعجبك ولبس واش يعجب الناس}

موافق غير موافق

43/ هل يهملك رأي الناس فيما تلبسينه؟

نعم لا