

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية



مذكرة ماستر

الميدان: العلوم الاجتماعية
الفرع: انثروبولوجيا
التخصص: انثروبولوجيا ثقافية واجتماعية
رقم:

إعداد الطالبة:

أماي بلمبروك

يوم: تاريخ الإيداع // 2023

عنوان المذكرة

الانستغرام وثقافة لباس الطالبة الجامعية
دراسة أنثروبولوجية

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة بسكرة
مشرفا ومقررا	جامعة بسكرة
مناقشا	جامعة بسكرة

أحمد بوطبة

السنة الجامعية: 2022-2023

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين

ومن تبعهم بالإحسان إلى يوم الدين وبعد:



فإننا نشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لنا انجاز هذا العمل

فله الفضل أولا و آخرا

ثم نشكر كل من قدموا لنا يد المساعدة خلال هذه الفترة

وفي مقدمتهم الأستاذ المشرف



كما لا يمكننا أن ننسى كل من ساهم ووقف معنا طيلة مشوارنا الدراسي

والجامعي بداية بأساتذة قسم العلوم الاجتماعية، وكل من لم تتسنى لنا فرصة نكره



لكم مني جميعا جزيل الشكر



إهداء

إلى من زرعت في الحب والأمل موجهتي في الحياة

أمي، أطال الله في عمرك

إلى سندي وكتفي في الحياة معلمي الأول

أبي، رعاك الله

إلى رفيق دربي وشريك حياتي جذعي الثابت

زوجي الحبيب، حماك الله

إلى فرحة قلبي ونبضه إبنني قرة عيني

إلى من قال رب الكون فيه "سنشد عضدك بأخيك"

إخوتي وأخواتي نعمة الله في الوجود

إلى عائلتي الثانية

عائلة زوجي لكم مني كل عبارات الثناء والتقدير

إلى جدي وجدتي وجميع أفراد عائلتي وإن تعذر عليا ذكر أسمائكم فردا فردا

إلى صديقاتي رفيقات دربي من تقاسمن معي أجمل الذكريات

إلى كل من ساعدني وقف إلى جانبي من قريب أو بعيد... أحبكم جميعا

الفهرس:

الصفحة	الموضوع
	الشكر و العرفان
	الإهداء
أ - ب	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي و المنهجي
4	أولاً: الإشكالية
5	ثانياً: أسباب اختيار الدراسة
6	ثالثاً: أهمية الدراسة
6	رابعاً: أهداف الدراسة
6	خامساً: أدوات الدراسة
8	سادساً: مفاهيم الدراسة
9	سابعاً: منهج الدراسة
10	ثامناً: مجالات الدراسة
10	تاسعاً: الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الانستغرام
14	تمهيد
15	أولاً: مفهوم الانستغرام
20	ثانياً: تاريخ الانستغرام
21	ثالثاً: خصائص الانستغرام
23	رابعاً: مزايا الانستغرام
24	خامساً: سلبيات الانستغرام
	الفصل الثالث: اللباس
27	تمهيد
28	أولاً: مفهوم اللباس

28	ثانيا: وظائف اللباس
33	ثالثا: تاريخ اللباس
33	1-اللباس كمؤشر للتطور
34	2-اللباس عند المصريين القدامى
36	3- اللباس في العصور الوسطى
37	4- اللباس في عصر النهضة
39	5-اللباس في العصر الإسلامي
40	رابعا: تاريخ اللباس في الجزائر
	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
49	أولا: تصورات الطالبة حول اللباس المنتشر عبر منصات الانستغرام
56	ثانيا: استخدامات الطالبة للانستغرام و مدى تأثير ثقافتها اللباسية و الفكرية حوله
66	نتائج الدراسة
68	خاتمة
69	قائمة المراجع
72	الملاحق
88	ملخص الدراسة

مقدمة

مقدمة:

إن التغيير الثقافي والاجتماعي الذي تشهده المجتمعات اليوم هو نتيجة لجملة من العوامل ومن بينها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فتطورت هذه الوسائل الى اكثر مما كان متوقع ومن خلال وسائل التواصل الاجتماعي فقد ساعدت العديد من الأفراد على إيجاد أرضية مشتركة مع الآخرين عبر الانترنت، مما سمح لأن يصبح العالم أكثر قربا وترابطا و في متناول اليد وكغيره من أفراد المجتمع فإن الفئة الأكثر استخداما لهاته المواقع تمثل فئة الشباب وتحديدا الطلبة والطالبات على اعتبار أنهم الحلقة الحساسة والفئة الأكثر تأثرا بهذه المواقع في المجتمع وتحديدا المجتمع الجزائري. نظرا لعدة مميزات من بينها: سهولة الاستخدام، التفاعلية، والعديد من الخدمات الاجتماعية من خلال التعرض لها، ومهما اختلفت هذه الشبكات وتعددت يبقى هدفها واحد وهو تحقيق الاتصال.

ومن بين أهم هذه الوسائل وأكثرها استخداما نجد الانستغرام، والذي يعمل على مشاركة الصور، الفيديوهات، الرسائل، والتشارك في البث المباشر وبناء التفاعل، مشاركة الصور مع الأصدقاء، إضافة تعديلات، التأثير على المستخدمين، ونقل المعرفة ونشر الثقافات. فقد تسبب في إحداث تغيير في أنماط حياة الأفراد وثقافتهم اختلاف أعمارهم، فوجد الطلبة الجامعيين اليوم يسيرون بخطى ثابتة نحو ما تقدمه هاته المواقع، ويتعرضون بشكل لافت لكل ما تنشره وتحتويه مع تعدد محتوياتها واختلاف من يقوم بتقديمها من المؤثرات، فثقافة المجتمع الجزائري اليوم تمر بتغيرات لا يمكن تجاوزها و اخذا بعين الاعتبار، ومما لا شك فيه فإن ظهور هذه الثقافة واكتسابها أرضية صلبة في حياتهم قد غير كثيرا من أنماط الحياة الاجتماعية التقليدية، وعزز من انفتاحه على ثقافات الآخرين وأنماط حياتهم، ومن بين هذا التغيير الذي انتشر بشكل لافت هو ثقافة اللباس..

وعلى اعتبار أن الثقافة عموما هي هوية الفرد ومراته، هي الأصالة والعراقة، حيث تتميز الثقافة بخصوصية دورها في توجيه وتطوير المجتمع، وعلى اختلاف الثقافات فإن الجزائر من البلدان الغنية بالثقافات، على اختلاف أشكالها وتحديدا ثقافة اللباس، حيث يعتبر اللباس التقليدي الأصيل من المقومات الثقافية التي تبرز مدى تمسك الفرد الجزائري بهويته وتراثه الضارب في عمق الثقافة، والتنوع الحضاري فرض تنوعا في الأزياء، وهذا ما يزيد من ارتقائها بهوية الذات..

ورغم أهمية اللباس التقليدي الجزائري وتمسك الشعب به إلا أنّ هذا لم يمنع من تأثر الإناث اليوم بمجتمعات وثقافات أخرى، فمع مرور السنوات تغيرت العادات والثقافات حتى بالنسبة للإناث وتحديدا الطالبات الجزائريات، فقد انتقل اللباس من اللباس التقليدي والحايك إلى أنواع أخرى تختلف من طالبة لأخرى على حسب الشخصية، الاهتمام،الميول، والتأثر.

ويكون التأثير نابعا من ثقافة كل طالبة، ومع الانتشار الواسع والاستخدام اللافت لمواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال وتحديدا الانستغرام، نجد أن من بين هاته الوسائل هو اللباس، فمظهر الشخص، واختياراته تبين

أن اللباس من أهم وسائل التعارف بين البشر، ودليلاً على الهوية والجنس والسن والوضع الاجتماعي والمهنة وحتى العقيدة، وبسبب التصفح الكبير والعميق للطالبات الجامعيات اليوم للانستغرام لاحظنا عدة آراء وتوجهات، فنجد المتأرجحين فكرياً والذين يتأثرون بما يرون و تغريهم المؤثرات الخارجية حتى ولو كان وضعهم المادي لا يسمح لهم باقتنائها أو أذواقهم تتعارض معها لا لسبب سوى أنها تعتبر مظاهر لا غير، ومنهم من بقي محافظاً على مبادئه وتوجهاته وذوقه، زي عقلاني غير مبالغ فيه. وتبقى الفكرة المسيطرة أنه تختلف الآراء والأذواق والتأثيرات والثقافات من طالبة إلى أخرى.

وبناء على هذا فقد حاولت انطلاقا من دراستي هاته " الانستغرام وثقافة لباس الطالبة الجامعية" أردت من خلالها تسليط الضوء على تأثير الموضة الدارجة في الانستغرام في تحديد شكل لباس الطالبة الجامعية. وقد عالجت هذه الدراسة من خلال فصول متتابعة جاءت على النحو التالي:

✓ الفصل الأول جاء تحت عنوان الجانب المنهجي، والذي تضمن العديد من النقاط المنهجية، بداية بصياغة الإشكالية وتساؤلاتها، وتحديد أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها، تليها أدوات الدراسة و مفاهيمها، من ثم منهج الدراسة و مجالاتها، وأخيرا وليس آخرا الدراسات السابقة والجوانب التي استفدنا منها من خلالها.

✓ في حين عنوان الفصل الثاني بالجانب النظري للدراسة، والذي قسم إلى عنصرين أساسيين، أولا الانستغرام، والذي احتوى على 5 عناصر، مفهوم الانستغرام، خصائصه، تاريخ الانستغرام، ثم مزايا الانستغرام، عيوب الانستغرام.ثانيا اللباس والذي تضمن: مفهوم اللباس ووظائفه، تاريخه، تاريخ اللباس في الجزائر.

✓ أما الفصل الثالث، والذي جاء تحت عنوان الجانب الميداني للدراسة، فتضمن عرض وتحليل نتائج الدراسة الأولية: من تحليل بيانات المستوى المعيشي للطالبات، وتحليل بيانات الفئة العمرية للطالبات، نتائج الدراسة، والخاتمة. ثم قائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي و المنهجي

- أولاً: إشكالية الدراسة
- ثانياً: أسباب الدراسة
- ثالثاً: أهمية الدراسة
- رابعاً: أهداف الدراسة
- خامساً: أدوات الدراسة
- سادساً: مفاهيم الدراسة
- سابعاً: منهج الدراسة
- ثامناً: مجالات الدراسة
- تاسعاً: الدراسات السابقة

أولاً: إشكالية الدراسة:

شهد العالم اليوم إقبالا كبيرا من مختلف أفراد المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة الشباب منهم، كونها وسيلة سريعة، متطورة، وفعالة لنشر المعلومة والتواصل مع الآخرين والتعبير عن الرأي، وأداة جاذبة للإطلاع على الجديد وتبادل الصور والفيديوهات والملفات لتلغي الحدود الزمانية والمكانية وتمكن الشخص من الاطلاع على الجهة الأخرى من العالم والتواصل مع من يريد في أي زمان وفي أي مكان، ومع تنوع هذه الشبكات حصد موقع "الانستغرام" شهرة كبيرة بين أفراد المجتمع الجزائري، وتتنوع استخدامات الانستغرام لتشمل مختلف المجالات الثقافية والسياسية والاجتماعية والفنية وحتى التطوعية، ومن هنا فلم تكن الجزائر ببعيدة عما يحدث، فقد لوحظ استخدام الشباب لهذا التطبيق بشكل شبه يومي، ولم يقتصر الأمر على الصفحات الشخصية الخاصة والصفحات التسويقية، وحتى الجهات الرسمية والهيئات والجمعيات الخيرية والمهنية تمتلك صفحات خاصة على هذا الموقع على الرغم من استخدام الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة لشبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد في موضوعنا هذا عن الطالبة الجامعية فبالنسبة لها هناك مجالات ومحتوى معين لاستخدام هذا التطبيق.

ومن بين هذه الوسائل الاتصال بين الناس، يعتبر اللباس واحد من هذه الوسائل، حيث يعتبر لغة غير لفظية، نعبر من خلالها للناس عن أحاسيسنا وشعورنا ومواقفنا مما نحبه ونكرهه، كما تدلنا أيضا عن الحالة النفسية للأفراد وثقافتهم والوضع الاجتماعي الذي يميزهم فعلى حد تعبير "بشيلدر" حيث يقول إن الآخر بالنسبة إلي هو جسده ومظهره للباس إذن يحدد سلوك الأفراد ويرسم ذواتهم فيه، فعن طريق اللباس يتم الحكم على الشخصية على أنها إنبساطية أو إنطوائية، وذلك من خلال مظهر الفرد واندماجه الاجتماعي، كما يتواصل الفرد مع غيره من خلال المعنى والدلالة بزي تعيدي نتحرز أمامه في إبداء الألفاظ التي قد نخدش شعوره الديني أو التزامه الأخلاقي، ولهذا فاللباس إذن منظم للعلاقات الاجتماعية و وسيلة للتواصل بين الأفراد ومن هنا نرى أن اللباس وهي التواصل والتعبير عن الهوية من خلاله وهذا ينطوي على الطالبة الجامعية، ومن هذا المنطلق انصب اهتمامنا بهذا الموضوع.

وعلى ضوء هذا جاء التساؤل الرئيسي كالتالي:

كيف يؤثر الانستغرام على لباس الطالبة الجامعية؟.

يتفرع هذا السؤال لمجموعة من الأسئلة الفرعية التي تحدد مسار الدراسة لراهنة:

1) ماهي تصورات الطالبة الجامعية على اللباس المنتشر عبر منصة الانستغرام؟

2) ماهي استخدامات الطالبة للانستغرام ومدى تأثير ثقافتها اللباسية حوله؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع:

تتمثل أسباب اختيار موضوع الانستغرام وكيف يؤثر على لباس الطالبة في:

❖ أسباب ذاتية:

- السبب الأول هو معايشة هذه الظاهرة بصفتي طالبة جامعية وتأثري بما يجري من حولي، كما أن أغلب الدراسات تؤكد على لباس المرأة دون الرجل وبما أن الاهتمام باللباس عند الإناث ليس نفسه عند الطلبة الجامعيين وفئات أخرى من الشباب فخلق لدي فضول عنه وجعلني اختار هذا الموضوع ودراسته بطريقة علمية.
- الميل الشخصي للمواضيع التي لها علاقة بالمرأة وخاصة الموضة في الوسط الجامعي.
- القلق حول ما وصلت إليه الموضة وخاصة بالنسبة للمحجبات.

❖ أسباب موضوعية:

- قابلية دراسة الموضوع من الناحية المنهجية والتطبيقية.
- تزايد انتشار ظاهرة الاهتمام باللباس العصري وخاصة لدى فئة الطالبات الجامعيات وهو ما يتضح من خلال الاهتمام المتزايد لأنواع الألبسة المستوردة والحاملة لعلامات تجارية مختلفة والتي تباع بأسعار جد مرتفعة.
- أهمية موضوع اللباس والأناقة ومواكبة الموضة لدى الطالبات والتي من خلالها تسعى كل طالبة للتميز عن باقي الفئات المختلفة من الطالبات والذي خلق ثقافة جديدة يحاولون ترسيخها بالإضافة إلى أنه يترجم مدى تأثر الفرد بالعالم الخارجي ويحدد الفروق الشخصية بين الأفراد والجماعات ونوعية العلاقات السائدة.
- تراجع القيم التقليدية كالقيمة الوقائية والأخلاقية للباس وحلت محلها قيم ومعايير اجتماعية جديدة جراء التغيير الحضاري والاجتماعي والثقافي.
- الاهتمام بدراسة ظاهرة الموضة الدارجة وكيف تلبس الطالبة على أساسها.
- قلة الدراسات العلمية والأكاديمية التي تناولت هذا الموضوع.
- الإسهام في إثراء البحث العلمي.

ثالثا: أهمية الدراسة:

عند دراستنا لأي موضوع علمي دراسة علمية له أهمية لا غنى عنها ودراستنا لموضوع الانستغرام وعلاقته بثقافة اللباس لها أهمية ضمن الأنثروبولوجيا الثقافية المتواجدة في الإطار الجامعي الذي يحتوي على مختلف الثقافات دلالتها التي تتميز بها الطالبات وكل منهن رمزيتها ودلالاتها الخاصة التي تحتوي على أبعاد ثقافية واجتماعية ودينية.

رابعا: أهداف الدراسة:

- تتميز أي دراسة في مجال العلوم الاجتماعية بشكل عام والانثروبولوجيا بشكل خاص بالأهداف التي يحددها الباحث لتكون دراسة إضافية تثري الرصيد العلمي.
- معرفة أسباب التناقض والتنوع باللباس والغرض منه.
 - معرفة دلالات اللباس.
 - معرفة مدى تأثير الموضة الدارجة في الانستغرام في تحديد شكل لباس الطالبة الجامعية.
 - معرفة مدى تأثير اللباس في إبراز شخصية الطالبة الجزائرية.
 - إثراء مكتبة الجامعية بنتائج هذه الدراسة.

خامسا: أدوات الدراسة:

يحتاج كبحث علمي هادف إلى الإجابة عن التساؤلات المتعلقة بالظاهرة أو المشكلة إلى جمع المعلومات وبيانات معينة وذلك بهدف التعرف على كل الحقائق المرتبطة بموضوع الدراسة ثم معالجة هذه الحقائق والمعلومات بأسلوب علمي، وللخروج بنتائج منطقية يجب عليه الاعتماد على أدوات معينة تسمى بأدوات جمع البيانات، ويقصد بها تلك الطرق والأساليب والوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع وانتقاء المعلومات الخاصة بموضوع بحثه، ويمكن تعريفها على أنها مجموعة الوسائل والمقاييس التي يعتمد عليها الباحث للحصول على المعلومات المطلوبة لفهم وحل المشكلة من المصادر المعينة لذلك.¹

ونظرا لطبيعة الموضوع والمنهج المستخدم فقد اعتمدنا على الملاحظة بالمشاركة كأداة رئيسية في دراستنا نظرا لما توفره من سهولة جمع البيانات اللازمة عن المشكلة موضوع البحث، شرط أن يكون الباحث على معرفة دقيقة بالبيانات المطلوبة بجمعها وكيفية قياس المتغيرات المرغوب دراستها.

وتعني الملاحظة بالمشاركة اشتراك أو مشاركة الباحث في حياة المجموعة التي يتم ملاحظتها، ويعيش نفس حياتهم، والقاعدة هنا في عدم إفصاح الباحث عن شخصيته حتى يظل سلوك المجموعة تلقائيا طبيعيا غير متصنع، وقد يصبح الباحث عن شخصيته ويدلي للمجموعة بأهداف بحثه، ومع مرور الوقت يألفه أعضاء المجموعة بما يسهل له قيامه بعملية الملاحظة.

¹ طارق عبدالرؤوف، إيهاب عيسى المصري، المقاييس والاختبارات التصميم-الإعداد-التنظيم، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017، ص9.

في هذا النوع من الملاحظة يدخل الباحث كعضو في المجموعة، ويمارس دور الملاحظ دون أن يكون جزءا من المجموعة، أو قد يمارس دور الملاحظ بمعنى أن يقوم بالدور نفسه ويشارك أفراد الدراسة في سلوكهم والممارسة والمراد دراستها، حيث يعتمدها الباحث الميداني بسبب مصداقية معلوماتها نظرا لأخذها من الواقع، حيث تعتبر تلك الركيزة الأساسية للأنثروبولوجيا الثقافية التي تقوم على مشاهدة الظروف الاجتماعية والمادية والحضارية للمبوحين والمشاركة في نشاطاتهم اليومية والاطلاع على معتقداتهم ومواقفهم وأغراضهم وطموحاتهم، والهدف منها رؤية المجتمع المدروس من الداخل والتعرف على الأساليب التنظيمية للجماعة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.¹ كما اعتمدنا كذلك في دراستنا هذه على أداة المقابلة كأداة مساعدة، وهي عبارة عن حوار، أو محادثة أو مناقشة موجهة، تكون بين الباحث عادة من جهة، وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى، وذلك بغرض التوصل إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة، يحتاج الباحث التوصل إليها والحصول عليها، في ضوء أهداف بحثه، وتمثل المقابلة مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات، والتي يطلب الإجابة عليها، أو التعقيب عليها، وتكون المقابلة عادة وجها لوجه، بين الباحث والأشخاص المعنيين بالبحث، وقد ظهرت وسائل الإعلام أخرى للمقابلة، مثل الاتصال عبر الهاتف، أو عبر الانترنت أو عبر وسائل الاتصال الحديثة المناسبة، وقد يكون أسلوب المقابلة المتبع في البحث الكمي هو مكمل لأسلوب الاستبيان.²

الجدول الإحصائية تعتبر تقنية مهمة في مجال البحث. تستخدم الجداول الإحصائية لتنظيم وتلخيص البيانات الكمية والنتائج الإحصائية. وهي تعتبر أداة قوية لتحليل البيانات وتقديم النتائج بشكل منظم ومرئي. تستخدم الجداول الإحصائية في عدة مجالات بحثية مثل علوم الاجتماع، وعلم النفس، والطب، والاقتصاد، والإحصاء نفسه، وغيرها. يمكن استخدام الجداول الإحصائية لتقديم البيانات الكمية المتعلقة بمجموعة متنوعة من الظواهر والمتغيرات، وتلخيصها وتحليلها.

تعتبر الجداول الإحصائية أداة مفيدة في مرحلة جمع البيانات، حيث يتم تنظيم البيانات في جداول مرتبة بشكل محدد. كما يمكن استخدام الجداول الإحصائية لتلخيص النتائج وتقديمها بشكل مبسط وواضح. يمكن إضافة المزيد من المعلومات مثل المؤشرات الإحصائية والرسوم البيانية إلى الجداول لتوضيح النتائج بصورة أكبر .

¹ عباس رضوان، بن معمر بوخضرة، الملاحظة بالمشاركة ودورها في تفعيل البحث الميداني، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 11، العدد 01، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2022، ص31.

² عامر ابراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص239.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام الجداول الإحصائية كأداة للمقارنة وتحليل البيانات. يمكن إنشاء جداول مقابلة بين مجموعات مختلفة من البيانات لتحليل الاختلافات والتشابهات بينهما. كما يمكن استخدام الجداول الإحصائية لعرض البيانات الملاحظة وتلخيصها في شكل قابل للمقارنة والتحليل. بشكل عام، الجداول الإحصائية تعتبر أداة هامة في البحث، حيث تساعد على تنظيم وتلخيص البيانات، وتقديم النتائج بشكل منهجي ومفهوم. إذا تم استخدامها بشكل صحيح، فإن الجداول الإحصائية يمكن أن تساهم في تحقيق أهداف البحث وفهم الظواهر المدروسة بشكل أفضل.

سادسا: مفاهيم الدراسة:

(1) الانستغرام:

يعد الانستغرام إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، ويستخدم لالتقاط الصور الفوتوغرافية والفيديو، وتعديلها ثم مشاركتها، كما أنه يعتبر من تطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث أنه مخصص لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو من الهواتف الذكية كغيره من مواقع التواصل.¹

(2) الثقافة:

هي تلك المعايير المشكلة لنظام العقل والسلوك في مجتمع ما، أو لدى جماعة ما، التي تحدد نظرة الفرد والجماعة إلى نفسها وإلى الآخرين، والكون من حولها. ونجد في التعريف الذي قدمه تايلور، وهو مؤسس المفهوم في الدراسات الأنثروبولوجية، أن الثقافة هي عبارة عن "ذلك المركب الذي يتضمن المعرفة، الإيمان، الفن، الأخلاق، القانون، الأعراف، وأي قدرات وعادات يكسبها الإنسان بصفته عضوا في الجماعة".²

(3) اللباس:

¹ فارلو محمد أمين، رابحي بوعبدالله، أثر استعمال تطبيق انستغرام في تعزيز ولاء الزبون (حالة منتجات إريس)، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 02، جامعة أحمد بن يحي تيسمسيلت، 2021، ص 656.

² تركي محمد، الثقافة العربية في عصر العولمة، دار مدراك للنشر، دبي، 2012، ص 19، 20.

تعرف الدكتوراة عليا عابدين الملابس، بمعنى Clothes هو الشيء المنسوج أو القطن أو جلد الحيوان، أما ملابس فهي تعني الملابس التي تغطي الجسم كله بأنواعه المختلفة الداخلية والخارجية ومكملات الزينة والإكسسوارات.¹

4) الطالب الجامعي:

هو الذي يتلقى دروس ومحاضرات والتدريب على كيفية الحصول على المعلومات في مؤسسة التعليم العالي للحصول على شهادة جامعية.²

سابعاً: منهج الدراسة:

إن الانطلاقة الميدانية والعلمية لكل بحث علمي تتطلب منهجاً فعلياً الباحث أن يتبع المنهج الذي يلائم دراسته لأنه يحدد المسار الذي يتبعه الباحث من خلال مراحل البحث ابتداءً من تحديد الموضوع وصولاً إلى صياغة النتائج فاخياره ليس بمحض الصدفة ولا يكون اعتباطياً بل إن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج، الذي هو الطريقة التي يسلكها العقل في دراسة أي علم من العلوم للوصول إلى قضاياها الكلية التي يطلق عليها اسم القوانين أو بمعنى آخر الطريقة التي يبني عليها العلم قواعده ويصل إلى حقائقه،³ أي أنه مجموعة من القواعد والإجراءات المقررة والمعينة من جانب المختصين في منهجية البحوث التي يتبعها الباحث للوصول إلى الحقيقة والكشف عنها، والتي تؤدي لنتائج بحثية سليمة.

وقد اعتمدت في دراستي هذه على المنهج الاثنوغرافي الذي يساعد في التطرق إلى موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على لباس الطالبة الجامعية ووصفه إضافة إلى التحليل والتفسير المنطقي لاكتشاف أسباب انتظار ظاهرة مواكبة الموضة بناء على ماذا في الفضاء والمحيط المناسب للممارسة.

¹ (تمساوت فايزة، مضامين رسائل الاتصال غير اللفظي: اللباس التقليدي للمرأة القبائلية نموذجاً، مجلة معيار، العدد 55، جامعة الجزائر 03، 2021، ص 537).

² (مزيش مصطفى، مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية: دراسة ميدانية بجامعة منتوري- قسنطينة، دراسة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم المكتبات والمعلومات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات، 2008-2009، ص 24).

³ (أحمد الخطيب، منهج البحث العلمي بين الاتباع والإبداع، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2009، ص 29).

ولعل اهتمام الباحثين الانثروبولوجيين بإيجاد منهج بحثي يواكب طبيعة دراستهم المتعمقة للثقافة يفسر ويترجم مصطلح Ethnography المكون من مقطعين: الأول (Ethno) بمعنى جنس أو شعب، والآخر (graphy) وتعني وصف، وبذلك تعرف الأنثوغرافيا بأنها "وصف لثقافات و حياة الشعوب"¹.

ويعرف المنهج الإثنوغرافي اصطلاحاً على أنه طريقة للدراسات الوصفية للثقافات والأفراد، وإن المقياس الإثنوغرافي هو أن الأفراد الذين هم تحت البحث والتحقق لديهم مقاييس لأشياء مشتركة، وهي: المنطقة الجغرافية، الديانات، القبائل.²

وللقيام بهذا البحث وتحديد أهدافه وجمع أكبر عدد من المعلومات الأزمنة والحقائق عن لباس الطالبة الجامعية في الجامعة الجزائرية (جامعة بسكرة قطب شتمة)، تم الاستعانة بمجموعة من الأدوات الأنثروبولوجية التي تساعد في البحث الميداني وتسمح بالتعمق في دراسة الظاهرة والإحاطة بها قدر الإمكان ومن كافة جوانبها.

ثامناً: مجالات الدراسة:

إن المجال يشير إلى المكان أو البيئة أو المنطقة الجغرافية وإلى الناس وتفاعلهم وعلاقتهم وإلى الزمن الذي تتواجد فيه هاته الفئة من الناس في بيئة محددة أو منطقة جغرافية معينة وتسود بينهم معاملات وعلاقات تشكل حياتهم الاجتماعية.

كما تنوعت مجالات دراستنا إلى ثلاثة مجالات رئيسية المجال المكاني المجال الزمني والمجال البشري وسنتعرض لكل مجال فيما يلي.

1- المجال المكاني:

يقصد بالمجال المكاني للدراسة المكان أو البيئة الجغرافية التي أجريت فيها الدراسة الميدانية، وبالتالي أجريت هذه الدراسة المعنونة باستخدام الطالبات الجامعيات في جامعة محمد خيضر بسكرة.

ثم يعتبر اختيار الجامعة كمساحة للطالبات الجامعيات مكاناً ثقافياً واجتماعياً مهماً ومناسباً لممارسة نوع من الحرية وتحقيق الذات بعد أن حرّمته بعض العادات والتقاليد المحلية. صراع الالتزام وآخر دعوات الموضة والتمدن،

¹2023/05/23، 17:45 scribed.com

² عامر ابراهيم قنديلجي، المرجع السابق، ص161.

وهذا المكان يضم جيلا شابا في مرحلة عمرية واحدة لديه الرغبة في التحضر وطلب التغيير، ومواكبة التطورات الثقافية الجديدة، لاسيما ولعه بالتنمية الغربية، في مجال الوسائل والأجهزة والأزياء، لذلك اخترنا هذه المساحة ونموذجا لها اخترنا جامعة محمد خيضر بسكرة لأنها مناسبة للدراسة والبحث نظرا للمعرفة المسبقة بمجال البحث.

2- المجال الزمني:

يقصد بالمجال الزمني الفترة التي استغرقتها الدراسة الميدانية منذ بدايتها ومرورها بالمراحل اللازمة، حيث امتدت دراستنا هذا من مارس إلى جوان. لأنها الفترة التي تجمع مابين جميع الفصول حيث ظهرت جميع أنواع الملابس الموسمية الصيفية والربيعية وأشكالها.

تاسعا: الدراسات السابقة:

➤ **الدراسة الأولى:** موضوع هذه الدراسة هو علاقة الطالبة الجامعية باللباس "دراسة أنثروبولوجية بجامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم"، وهي دراسة لنيل شهادة الماجستير، للسنة الجامعية 2008-2009م، حيث كان هدف الباحث بلعربي عبد القادر في هذه الدراسة التعرف على أسرار اللباس الأنثوي و أشكاله و أنواعه و الوصول إلى المعطيات الثقافية والخصائص البيئية و المحلية التي تحدد اللباس وتعطي له قوانينا وعادات وتقاليد وطقوس.

ومن خلال هذا فقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج والتي من بينها:

- أي شيء تلبسه الطالبة إلا وله أغراض معينة، لكن هذه الأغراض تتغير من فتاة ومن شكل لآخر.
- تتمسك بعض الطالبات بما يسمى بالحجاب أو الجلباب و يدافعن عنه بأنه هو الأنسب.
- يتجه الحجاب العصري في كل مرة إلى مزيد من التقليد للنموذج العصري أو الغريب لكن مع الحفاظ على الستر الذي تنادي به الضوابط الاجتماعية و الثقافية.

أوجه التشابه:

1. موضوع كلتا الدراستين متعلق بلباس الطالبة الجامعية، حيث نلاحظ أن أساس دراستنا كذلك هو الطالبة الجامعية.
2. كلتا الدراستين حاولت أن يكون من ضمن أهدافها التعرف على الغرض من تنوع اللباس.
3. اعتمدت الدراستان على المنهج الإثنوغرافي على اعتبار أنه المنهج الذي يلائم دراسته لأنه يحدد المسار الذي يتبعه الباحث من خلال مراحل البحث.
4. استعانت كلتا الدراستان على أداة الملاحظة بالمشاركة والمقابلة.

أوجه الاختلاف:

1. بنيت دراسة الباحث عبد القادر بلعربي على الفرضيات في حين كانت دراستي مبنية على الأسئلة.

2. بالإضافة إلى المقابلة والملاحظة بالمشاركة استعان الباحث بالإخباري، إلا أن دراستي استعملت فيها أداتي المقابلة والملاحظة بالمشاركة فقط.

3. لجأ الباحث في بحثه إلى العينة في حين وبالمقابل لم أستعملها.

4. اختلف المجال الزماني والمكاني للدراستين.

➤ **الدراسة الثانية:** للباحثة فتيحة عين المرة والتي عنونت ب: "لباس الفتاة الجزائرية: دراسة ميدانية في وسط طالبات جامعة سعد دحلب-البليدة"، دراسة لنيل شهادة الماجستير، لسنة 2007، ومن بين الأهداف التي ركزت عليها الباحثة هو معرفة التنوع في اللباس إضافة إلى العلاقة بين الجسد واللباس، والوصول إلى معرفة علاقة التنشئة الاجتماعية باختيار الطالبة الجامعية لشكل لباسها، ومدى تأثير اللباس في شخصية الطالبة الجامعية.

وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج من بينها:

- باعتبار أن الجامعة مركز تجمع ثقافي واجتماعي يتوافد عليه الطلبة من مختلف مناطق البلاد، فإن لكل منطقة عاداتها وتقاليدها وقيمها ومعتقداتها الخاصة بها والتي تحمل دلالتها كل طالبة وافدة من هذه المناطق.
- كما أن طبيعة الشخصية التي يتميز بها أحد الوالدين أو كلاهما لها دور المؤثر في توجيه بناتهما نحو اختيار نوع معين من اللباس.
- لا يمكن أبداً أن نهمل دور جماعة الرفيقات أو القرينات في التأثير على بعضهن البعض في اختيار شكل اللباس و طريقة ارتدائه.
- إن المظهر الأنيق ليس حكراً على الطالبات الجامعيات السافرات بل أن الطالبات المتحجبات لهن الرغبة القوية في حب الزينة و الظهور بمظهر جميل من خلال اللباس.
- بعض المبحوثات يرغبن في تغيير طريقتهن في اللباس و ذلك لأنه لا يعكس شخصيتهن و ، بعبارة أخرى فهن محتاجات لتغييره لتعويض النقص الذي يشعرن به.

أوجه التشابه:

1. تركيز الباحثة على قلة الدراسات المتعلقة بلباس المرأة وهو نفس الهدف التي قمت بالتركيز عليه في دراستي.
2. من بين الأهداف التي ركزت عليها كلتا الدراستين هو معرفة أسباب التنوع في اللباس، إضافة إلى مدى تأثير اللباس في إبراز شخصية الطالبة الجزائرية.
3. استعملت كلتا الباحثتين أداة الملاحظة في الدراسة الميدانية داخل الجامعة، إضافة إلى المقابلة أيضاً.
4. بالنسبة للمجال البشري اعتمدت الباحثتين على مجموعة البحث في فئة من فئات المجتمع النسوي، وهي فئة الطالبات.

أوجه الاختلاف:

1. شكلا: اختلاف البناء المنهجي للدراستين، حيث اعتمدت الباحثة فتيحة عين المرة على منهجية مختلفة تماما، فنلاحظ أنها قامت بكتابة إشكالية وتساؤلات وفرضيات الدراسة بعد كل من الأسباب والأهمية والأهداف، وهذا عكس ما قمت به في دراستي هذه.
2. بالإضافة إلى التساؤلات فقد اعتمدت الباحثة على الفرضيات، في حين استعنت بالتساؤلات فقط.
3. اختلاف المجال الزماني والمكاني للدراستين، فقد كانت دراسة الباحثة فتيحة عين المرة في جامعة سعيد دحلب البليدة من مارس 2006 إلى أبريل 2007، بينما كانت دراستي في جامعة محمد خيضر بسكرة من مارس إلى جوان.
4. استعانت الباحثة فتيحة عين المرة بالاستمارة في حين أنني اكتفيت بالملاحظة بالمشاركة والمقابلة.
5. استخدمت الباحثة منهجين: الوصفي التحليل، والمنهج الإحصائي، في حين استخدمت المنهج الإثنوغرافي كمنهج ملائم لدراستي.

الفصل الثاني: الانستغرام

تمهيد

- أولاً: مفهوم الانستغرام
- ثانياً: تاريخ الانستغرام
- ثالثاً: خصائص الانستغرام
- رابعاً: مزايا الانستغرام
- خامساً: عيوب و أساليب الانستغرام

تمهيد:

يؤثر التقدم التكنولوجي بشكل كبير على جوانب كثيرة من حياتنا. وكلما ازداد هذا التقدم كلما أثر في تغيير نمط حياة الأشخاص. ومع الاعتماد المتزايد على الإنترنت، أصبح استخدام منصات التواصل الاجتماعي جزءا أساسيا للتواصل اليومي واستقبال المعلومات لكثير من الأشخاص في العالم. فهناك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه وتقضية الوقت، وربما لإضاعة الوقت، وآخرون أدركوا مدى قوة وسائل التواصل الاجتماعي، فاستخدموها بشكلها الفعال.

ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي العديد من الأفراد على إيجاد أرضية مشتركة مع الآخرين عبر الإنترنت. ومن بين هذه الوسائل نجد الانستغرام، الذي هو وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما، حيث يسمح هذا التطبيق يسمح لمستخدميه برفع الوسائط التي بالإمكان تعديلها من خلال الفلاتر وتنظيمها باستخدام الوسوم والإشارات الجغرافية.

أولاً: مفهوم الانستغرام:

بداية نشير إلى مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي الذي يشير إلى تطبيقات التكنولوجيا الحديثة التي تسمح للأفراد والمجموعات بالتواصل وتبادل المعلومات عبر الإنترنت. تتضمن هذه المواقع منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام ولينكدإن ويوتيوب وغيرها. تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تمكين المستخدمين من الانخراط في تفاعلات اجتماعية عبر المشاركة في المحتوى والتعليقات والإجابات والمشاركات المشتركة. يتمكن المستخدمون من إنشاء ملفات شخصية لأنفسهم وتوسيع شبكاتهم الاجتماعية عن طريق البحث عن أصدقاء ومعارف جدد والتواصل معهم عبر المنصات. من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن للأفراد والمجموعات تبادل الأفكار والمعلومات والصور والفيديوهات والمحتوى الإبداعي. يمكن أن تكون هذه المنصات بمثابة وسيلة للتواصل الشخصي والاحتفاظ باتصالات الأصدقاء والعائلة، وأيضاً وسيلة للتعبير عن الآراء والاهتمامات الشخصية والانخراط في النقاشات العامة. تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً من العالم الافتراضي الذي يمكن أن يساهم في بناء مجتمعات افتراضية تشبه الكيانات الاجتماعية في العالم الواقعي. يمكن للمستخدمين تشكيل مجموعات متنوعة والانضمام إلى مجتمعات مشتركة والمشاركة في مناقشات وفعاليات مختلفة عبر المنصات.¹

بشكل عام، تعد مواقع التواصل الاجتماعي أدوات هامة في التواصل والتفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت، وتوفر فرصاً للتواصل الشخصي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي بين الأفراد والمجتمعات على مستوى عالمي.²

¹ علي سيد اسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، 2020، ص20.

² خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص24.

يمكن تعريف إنستغرام على أنه منصة تواصل اجتماعي تمكّن المستخدمين من مشاركة الصور ومقاطع الفيديو، والتفاعل معها عن طريق الإعجابات والتعليقات. تأسس إنستغرام في عام 2010، واكتسب شعبية هائلة بين المستخدمين في جميع أنحاء العالم. يُعتبر إنستغرام بيئة مرئية حيث يمكن للأفراد التعبير عن أنفسهم وحياتهم من خلال الصور والفيديوهات التي يشاركونها. توفر المنصة ميزات مثل تعديل الصور والفلاتر البصرية لإضفاء لمسات فنية على المحتوى المشارك. يستخدمه الأفراد لبناء شبكات اجتماعية، وتواصل مع الأصدقاء والعائلة، ومشاركة اللحظات المهمة في حياتهم. كما يستخدمه المستخدمون لاكتشاف المحتوى الإبداعي ومتابعة الشخصيات المؤثرة والشركات والعلامات التجارية التي يهتمون بها. بفضل مجموعة متنوعة من المميزات والأدوات، أصبح إنستغرام جزءاً لا يتجزأ من حياة العديد من الأفراد وثقافة الانترنت الحديثة.

الانستغرام هو منصة للتواصل الاجتماعي تركز على مشاركة الصور ومقاطع الفيديو عبر الإنترنت. يتيح للمستخدمين التقاط الصور وتطبيق الفلاتر والتعديلات الرقمية لتحسين مظهرها، ثم مشاركتها مع أصدقائهم وعائلاتهم وشبكاتهم الاجتماعية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين مشاركة الصور والفيديوهات المنشورة على إنستغرام على منصات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل Facebook و Twitter و Tumblr وغيرها. هذا يسمح لهم بالتواصل ومشاركة محتواهم مع جمهور أوسع وزيادة التفاعل والتأثير. بفضل هذه الميزات، يعد إنستغرام واحداً من أبرز وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة حالياً ويساهم في بناء وتعزيز العلاقات الاجتماعية وتبادل الثقافات والمعلومات.

تم إطلاق منصة Instagram في أكتوبر 2010 بواسطة كل من Kevin Systrom و Mike Krieger، واعتباراً من عام 2012، أصبح Instagram مملوكاً رسمياً لمنصة Facebook حالياً تتكون منصة ال Instagram من أكثر من مليار مستخدم نشط شهرياً لاكتسابه شعبية سريعة، زاد عدد مستخدميه الذين قدر عددهم أكثر من 500 مليون مستخدم نشط في فيفري 2021.¹

¹ (شين خثير، ببة إيمان، دور الإعلانات عبر الانستغرام في تفعيل نية شراء المرأة الجزائرية لمستحضرات التجميل، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، العدد 05، المركز الجامعي المقاوم الشيخ أمود بن مختار، إليزي، 2022، ص 181).

ويعد الانستغرام أحد أشهر شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتيح للمستخدمين التقاط الصور ومشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية -كـتويتر وفيسبوك- وشبكة انستغرام نفسها. ففي ماي من عام 2012 قامت إحدى الشركات المتخصصة بعمل إحصائيات للموقع، وتوصلت إلى إحصائيات مبهرة، أهمها: أنه في كل ثانية يتم إضافة 58 صورة جديدة، وتحصل الشبكة على مستخدم جديد، كما تخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم افتتاحه.

ومثل هذا الموقع الحديث، لا بد أنه أثار الكثير من الأسئلة وفتح العديد من الموضوعات، وبقي على المتخصصين في مجال الملكية الفكرية معالجة هذه الظاهرة الجديدة والتأليف حولها.¹

الانستغرام بالفعل يُعد أداة تسويقية فعالة للعلامات التجارية، حيث يتيح لهم التواصل مع المستهلكين وبناء علاقات قوية. من خلال إنشاء حساب على الانستغرام، يمكن للشركات جذب الجمهور المستهدف والسماح للمستخدمين بمتابعة والتفاعل مع منتجاتهم وخدماتهم. يتيح الانستغرام أيضاً للعلامات التجارية الشهيرة الوصول إلى جمهور أوسع وتوسيع مدى تأثيرهم ووصولهم.

بفضل قدرته على مشاركة الصور والفيديوهات بشكل سهل ومباشر، يمكن للجهات الفاعلة، سواء كانت شركات أو مجموعات أو أفراد، نشر محتوى إبداعي وجذاب وتوزيع المعلومات بشكل فعال. هذا يسمح لهم بالوصول إلى جمهور أوسع وزيادة التفاعل والتواصل مع المستهلكين.

بالإضافة إلى ذلك، فإن الانتقال إلى استخدام الشبكات الاجتماعية، بما في ذلك الانستغرام، يتيح للمنظمات التي لم تكن مرتبطة بالإنترنت في السابق أن تدمج حضورها وعروضها من خلال هذه القنوات. يمكن للتضمين أن يوسع نطاق وجود العلامة التجارية ويوفر وسيلة للتواصل مع المستهلكين الحاليين والجدد.

باختصار، يعد الانستغرام أداة تسويقية قوية تسمح للعلامات التجارية بالتواصل مع الجمهور وزيادة رؤية منتجاتهم وخدماتهم. كما يتيح للمنظمات توسيع نطاقها والتواصل مع المستهلكين من خلال وسيلة شعبية وفعال²

¹ عبدالعزيز خنفوسي، مدخل إلى قانون الملكية الفكرية، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2019، ص153.

² نوارا داؤد، أثر Instagram على السلوك الشرائي لدى الإناث دراسة علمية (طالبات الجامعات السورية)، دراسة أعدت للحصول على درجة ماجستير في إدارة الأعمال التخصصي، الجامعة الافتراضية السورية، ص33.

الانستغرام تعتبر منصة وسائط اجتماعية شهيرة وفعالة لتسويق المنتجات والخدمات. تستخدم الشركات بشكل متزايد الانستغرام لإنشاء حملات تسويقية والتواصل مع المستهلكين بهدف تحسين المبيعات. للمسوق، من المهم تقييم تأثير حملة التسويق على الانستغرام. وعادة ما يتم ذلك من خلال مراقبة مقاييس التفاعل المختلفة مثل عدد المتابعين، وعدد الإعجابات، والتعليقات، وتفاعل المستخدمين مع المحتوى أو الحملة. يتم تحليل هذه المقاييس لتقييم نجاح الحملة ومدى وصولها وتأثيرها على الجمهور.

مع إدخال الانستغرام لخوارزمية جديدة في منصتها، يتم تغيير طريقة عرض المحتوى للمستخدمين. بدلاً من الترتيب الزمني السابق، يتم عرض المحتوى بناءً على الخوارزمية التي تحدد الأشياء التي يعتقد الانستغرام أن المستخدم سيحبها مثيرة للاهتمام. ومع ذلك، قد يواجه المسوقون صعوبات في الوصول إلى جمهورهم المستهدف، حيث قد لا يتم عرض المحتوى للمستخدمين إذا اعتبرت الخوارزمية أنه غير مناسب أو غير مثير للاهتمام بالنسبة لهم.

لذلك، يجب على المسوقين أن يتكيفوا مع هذه التحديات ويعتمدوا استراتيجيات تسويقية مبتكرة للوصول إلى جمهورهم المستهدف وجذب انتباههم على الانستغرام. قد يشمل ذلك إنشاء محتوى جذاب وفريد، استخدام وسوم (hashtags) ذات صلة، والتفاعل مع المستخدمين من خلال التعليق

أخيراً، إذا كانت العلامات التجارية تضم شباباً بالإضافة إلى الإناث كمجموعة مستهدفة، فمن المرجح أن ينجحوا في أنشطتهم التسويقية على انستغرام هذا لأن الإناث أكثر نشاطاً على انستغرام ومن المرجح أيضاً أن يستجبن للحملات التسويقية. يظهر أعلاه أن النظام الأساسي يمكن اعتباره رائعاً من حيث إمكانية تطبيقه على أكثر من بيئة بالإضافة إلى الغرض.

لماذا يحول المسوقون تركيزهم إلى Instagram: كان أحد أكبر الاتجاهات التي غطاها كل منشور تسويقي تقريباً على مدار العامين الماضيين هو التحول في إجمالي الإنفاق الإعلاني من فيسبوك إلى انستغرام، وهو اتجاه استمر بوتيرة أكثر حدة في الربع من عام 2019 مقارنة بالسنوات السابقة.¹

¹ نوارا داؤد، المرجع السابق، ص 34،35.

يمكننا إلقاء نظرة على بيانات Socialbakers.co من العام الماضي مع مقاييس تجميعها من أفضل 100000 حساب يحمل علامة تجارية عبر جميع قنوات التواصل الاجتماعي ونرى أن هذا الاتجاه مرتبط بالتحويلات الإيجابية في المشاركة ومقاييس الوصول لانستغرام على مدار العامين الماضيين. على الرغم من تأثير Covid-19 في الربع الأول من عام 2020، استمرت الاتجاهات الحالية في المشاركة التي تم انشاؤها في عام 2019 بالارتفاع حتى عام 2020.

• انتقال التفاعل وحجم المستخدمين إلى Instagram:

على غرار المشاركة يتزايد جمهور العلامة التجارية على انستغرام بينما لاتزال نفس المقاييس الخاصة بـ فيسبوك بحالة ركود في الربع الرابع من عام 2019، تجاوز إجمالي المستخدمين على انستغرام (لأفضل 50 علامة تجارية) مقابل فيسبوك لأول مرة، في الربع الأول من عام 2020 استمر هذا الاتجاه واتسعت الفجوة بالنسبة لأفضل 5° علامة تجارية، كانت أعداد المستخدمين على انستغرام أكبر بنسبة 28%.

• من هو المؤثرون (Influencers) في انستغرام:

المؤثرون (Influencers) في انستغرام هم الأشخاص الذين ينشرون محتوى قوي ومؤثر على منصة الانستغرام ويمتلكون جمهورًا كبيرًا ومتفاعلًا. وعادةً ما يكون لديهم اهتمامات ومعرفة خاصة في مجالات معينة مثل الموضة، الجمال، السفر، الطعام، اللياقة البدنية، التكنولوجيا، وغيرها.

يعتبر المؤثرون مصدرًا موثوقًا للمعلومات والتوصيات، حيث يقومون بمشاركة تجاربهم وآرائهم حول المنتجات والخدمات المختلفة. يمتلكون قاعدة متابعين مختلفة الأعمار والاهتمامات، ويتمتعون بتأثير كبير على قرارات المتابعين ويمكنهم تحويل انتباههم إلى منتج معين أو علامة تجارية.

بالاعتماد على شهرة المؤثر ونطاق تأثيره، يمكن للشركات والعلامات التجارية أن تستفيد من التعاون معهم في إطار حملات التسويق. فعندما يروج المؤثرون لمنتج معين أو ينصحون به، فإنهم يعطونه مصداقية أكبر ويساهمون في زيادة الوعي والاهتمام بالعلامة التجارية¹.

¹ نوارا داؤد، المرجع السابق، ص 34،35.

يجب على المسوقين اختيار المؤثرين المناسبين وفقاً للمستهدفين المحددين والمجالات المهمة لعملهم. كما يجب تقييم تأثير المؤثرين من خلال مقاييس مثل عدد المتابعين، معدل التفاعل، جودة المحتوى والتواصل مع المتابعين.

إن استخدام المؤثرين في حملات التسويق على انستغرام يمكن أن يكون استراتيجية فعالة للتواصل مع الجمهور المستهدف وزيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز المبيعات

لا يعتمد النجاح الحقيقي للمؤثر في انستغرام على عدد المتابعين فقط، بل يتعلق أيضاً بمستوى التفاعل والارتباط الذي يحققه مع جمهوره. قد يكون لدى مؤثرين بعدد قليل من المتابعين جمهوراً راسخاً ومتفاعلاً، وبالتالي يتلقون معدلات أعلى من الإعجابات والتعليقات على مشاركاتهم. يعزز هذا المستوى العالي من التفاعل ثقة المتابعين في المؤثر ويسهم في زيادة تأثيره.

لذا، يمكن للمسوقين أن يستهدفوا المؤثرين ذوي عدد قليل من المتابعين ولكنهم ذوو تأثير قوي، حيث يمكن لهؤلاء المؤثرين أن يساهموا في تحقيق نتائج أكثر فاعلية من حيث معدلات المشاركة وتحقيق عائد استثمار أعلى.

وبفضل مستوى الثقة العالي الذي يتمتع به المؤثرون لديهم القدرة على بناء جمهور كبير بسرعة نسبية وتحويل هذا الجمهور إلى عملاء للعلامات التجارية التي يروجون لها في ملفاتهم الشخصية على انستغرام التسويق المؤثر على انستغرام يمكن أن يوفر فرصاً هائلة للمسوقين للوصول إلى جمهور كبير ومستهدف. من خلال اختيار مؤثرين في مجال تخصصهم والذين يمتلكون عددًا كبيرًا من المتابعين، يمكن للمسوقين الاستفادة من نطاق واسع لنشر رسالتهم وعرض منتجاتهم.

بفضل الشعبية والثقة التي يتمتع بها المؤثرون لدى جمهورهم، يمكن للمسوقين الوصول إلى آلاف الأشخاص المستهدفين في وقت قصير جدًا. عندما يروج المؤثرون لمنتجات المسوقين في مشاركاتهم على انستغرام، يعتبر الجمهور ذلك كتوصية موثوقة من شخص يتقون به بالفعل¹.

¹ (نوارا داؤد، المرجع السابق، ص 38.

بالتالي، يزيد الثقة المسبقة التي يتمتع بها المؤثرون من فرص التحويل، حيث يمكن أن يقوم الجمهور بالاستجابة إيجابياً للمنتجات والخدمات التي يعرضونها ويتحولون إلى عملاء فعليين.

من الواضح أن التسويق المؤثر في انستغرام يوفر فوائد كبيرة للمسوقين، حيث يتيح لهم الوصول إلى جمهور هائل من العملاء المحتملين وزيادة مبيعاتهم بشكل كبير.

• أنواع المؤثرين على انستغرام:

هناك أنواع مختلفة من المؤثرين على انستغرام ويمكن تصنيفهم على النحو التالي:

Nano-Influencers: يتميزون بعدد قليل من المتابعين، ولكنهم يحظون بتفاعل أعلى مع محتوهم في المجال المحدد. يمكن أن يكونوا ذوي تأثير أقل من 10,000 متابع، ويشبهون الأشخاص العاديين مثل العائلة والأصدقاء. يمكن للعلامات التجارية الاستفادة من التعاون معهم بسبب معدلات المشاركة العالية وتكلفة التعاون المنخفضة.

Micro-Influencers: يمتلكون تأثيراً جزئياً وعدداً أقل من 10,000 متابع. غالباً ما يكونون خبراء في مجال معين أو متخصصين في صناعة محددة. يقدمون عائد استثمار كبير للعلامات التجارية بسبب العلاقات القوية التي يبنونها مع جمهورهم. يكون الجمهور المستهدف لهؤلاء المؤثرين أكثر تحديداً.

Macro-Influencers: يمتلكون عدداً من المتابعين يتراوح بين 100,000 و 1 مليون متابع. قد يكونون مشاهير في بعض الأحيان، ولكنهم في الغالب يكونون مؤثرين صغار استمروا في تنمية قاعدة المتابعين الخاصة بهم. يعتبر التسويق من خلال هؤلاء المؤثرين عملية بدوام كامل.

Mega-Influencers: يمتلكون أكثر من مليون متابع. يميل هؤلاء المؤثرون إلى أن يكونوا من المشاهير والشخصيات العامة الكبرى. قد يحتاج التعاون معهم إلى ميزانية تسويقية أكبر نظراً لشعبيتهم الكبيرة ونطاق تأثيرهم.

تختلف قيمة التعاون مع كل فئة من المؤثرين حسب أهداف العلامة التجارية وميزانيتها والجمهور المستهدف. قد يكون التعاون مع المؤثرين الصغار والمتوسطين أكثر فعالية من حيث التكلفة وإشراك الجمهور المستهدف بشكل أعمق، في حين يمكن أن يوفر التعاون مع المؤثرين الكبار وأصحاب النفوذ الضخم نطاقاً أوسع للتسويق لشريحة¹

¹ نوارا داؤد، المرجع السابق، ص 38.

أكبر من الجمهور.

لماذا يوجه المسوقون تركيزهم في Instagram نحو الإناث:

تشير الإحصائيات في عام 2020 إلى أن:

- ✓ 71% من مستخدمي انستغرام تقل أعمارهم عن 35.
- ✓ 52% من مستخدمي انستغرام من الإناث و 48% من المستخدمين ذكور.
- ✓ أكبر مجموعة ديمغرافية في انستغرام تتراوح أعمارهم ما بين 25 و 34 عام وتحتل الإناث النسبة الأعلى في هذه المجموعة.

من خلال الإحصائيات السابقة نلاحظ أن الفئات العمرية الشابة هي الفئة الأكثر استخداماً لانستغرام ونسبة الإناث فيها أعلى بالتالي يستهدف المسوقون دائماً الشباب خاصة في مجال الموضة والأزياء...¹

2- تاريخ الإنستغرام:

تأسست منصة التواصل الاجتماعي الإنستغرام في أواخر العام 2010م من قبل كيفين سيستروم ومايك كرايغر، حيث قرّر كلاهما إنشاء تطبيق اجتماعي بسيط يتطلب استخدامه خطوات بسيطة، ويركّز بشكل أساسي على الصور التي يتم التقاطها من خلال الهواتف المحمولة،^[٥] ليقرّروا إطلاق تطبيق جديد يُعرف باسم الإنستغرام (Instagram)؛ حيث جمع هذا الاسم بين كلمة (Instant) التي تعني كاميرا فورية وكلمة (telegram) والتي تعني برقية.^[١] كان تطبيق الإنستغرام تطبيقاً مُعدّلاً من تطبيق مُسبق عُرف باسم (Burbn) كان سيستروم قد طوّره في وقت سابق من حياته المهنية، وفي السادس من شهر تشرين أول عام 2010م تمّ إطلاق التطبيق بشكل رسمي عبر الهواتف التي تعمل بنظام تشغيل (iOS). استمرّ تطبيق الإنستغرام بالنجاح بشكل لافت إلا أنّ مؤسّسه فضّلوا إبقاء شركة الإنستغرام شركة صغيرة لا يزيد عدد موظّفيها عن بضعة عشرات الموظفين،^[٥] ممّا شجّع شركة فيسبوك على شراء منصة الإنستغرام في ربيع عام 2012م مقابل صفقة مالية تبلغ بمجمّلها مليار دولار أمريكي توزّعت بين النقد وسندات الأسهم، وفي الوقت الحالي يستخدم الإنستغرام ما يزيد عن مئة مليون مُستخدمٍ حول العالم.²

¹ نوارا داؤد، المرجع السابق، ص 40.

² بحث عن الانستغرام، تم الاطلاع عليه في 2023/05/28.

3- خصائص الانستغرام:

تحمل شبكة انستغرام جملة من الميزات التي تزيد من شعبيتها سواء من الناحية التقنية، الفنية أو الاجتماعية ويمكننا عرض أهمها:

- استخدام أنظمة تصوير قديمة جديدة: يعتبر بعض المختصين أن انستغرام مرحلة محورية في تطور التصوير الرقمي والتصوير بصفة عامة، وهنا نشير إلى أن هذه الشبكة قد استرجعت بعض أنظمة التصوير القديمة والتي حققت شعبية كبيرة في عالم التصوير خلال السنوات الماضية ونذكر منها Polaroid يشكله المربع وإطاره الأبيض وكذا Kodac المنبثق عن نظام تصوير حقق مبيعات وصلت إلى 50 مليون نسخة.
- إتاحة فلتر الصور وإضافة نصوص أو إشكال عليها: زادت هذه الميزة من إقبال المستخدمين على الموقع حيث نجد عشرات الفلترات المتوفرة، فبإمكان المستخدم إضافة الفلتر المناسب لصورته وفق الألوان والظلال والإضاءة التي تعجبه وتنال إعجاب متابعيه، ففي وقت مضى كانت مسألة تعديل الصور أو إضافة عناصر تجميلية عليها حكرا على المحترفين فحسب وباستخدام برمجيات محددة ومعقدة للكثير من الناس، أما اليوم فالأمر متاح للجميع ولا يتطلب مهارات أو معرفة مسبقة لطريقة الاستخدام، ووفق دراسات أجرتها كل من Yahoo Labs و Georgia Tech حول 7,5 مليون صورة تمكنوا من تسجيل ملاحظتين أساسيتين: الأولى أن الصور الخاضعة للفلتر هي الأكثر شعبية مقارنة بتلك التي لم تخضع له حيث يزيد استخدام الفلتر بنسبة 21 بالمئة من احتمالية التعرض للصورة و 45 بالمئة من نسبة التعليق عليها.
- السرعة والمرونة: على الرغم من أنها تميز كافة شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن شبكة انستغرام عززت هاتين الخاصتين من خلال تقليص مدة تحميل الصور وإضافة تعديلات عليها ونشرها فقد يستغرق الأمر أقل من دقيقة، فضلا عن المرونة في التنقل بين خدمات الشبكة كتجريب عدة فلترات قبل اختيار المناسب منها بكل سلاسة ودون تعقيد.

-فرصة الهواة: بالفعل نلاحظ خلال السنوات الأخيرة بروز شريحة جديدة من المشاهير¹

¹ (وداد سميشي، صورة الذات عبر شبكة انستغرام: منظور تحليلي، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، اعدد 02، مخبر الاتصال الرقمي وتكنولوجيات الإعلام، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2021، ص 104.

تحت مسمى "مشاهير الانستغرام" وهي شريحة من الأشخاص ذوي اهتمامات أو هوايات معينة يملكون حسابات عبر انستغرام تسجل آلاف وحتى ملايين المتابعين والمعجبين بما يقدمونه، وبالتالي تحول الهوة غير المعروفين إلى نجوم مجتمع ومؤثرين يساهمون في بعض الحملات الإعلامية ويبدون آرائهم حول قضايا مختلفة وهي فرصة لم تكن لتتحقق لولا بروز الفضاءات الرقمية وانستغرام على وجه الخصوص.

- التشبيك الاجتماعي: ويتضح من خلال ربط مستخدمي انستغرام بمتابعيهم عبر خدمة البث الحي والتفاعل المباشر مع الجماهير، فضلا عن إمكانية تقاسم الفيديوهات والصور المأخوذة عبر انستغرام مع باقي الشبكات الاجتماعية الأخرى مما يكرس مبدأ الربط الشبكي ولامحدودية التواصل.

- منصة لإطلاق الحملات الإعلامية: اشتهرت منصة انستغرام باحتضانها لعدد ضخم من الحملات الإعلامية من السنين كالحملات الانتخابية أو حملات المقاطعة لمنتوج أو لعلامة تجارية ما، أو حملات التأييد والحشد الجماهيري كتلك المتعلقة بالقضايا الإنسانية أو ضحايا الكوارث الطبيعية أو الحروب، ويعتبر الهاشتاغ من أهم خاصيات الحملات عبر انستغرام والتي تضمن الانتشار الواسع للحملة وتتبعها ومعرفة مدى نجاعتها لاحقا.

- الجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة: تسهل شبكة انستغرام الرابط بين ذوي مراكز الاهتمام فخورزمبات هذه الشبكة تقترح محتويات الصفحات على المستخدمين وفق اهتماماتهم وكلمات البحث المفتاحية الخاصة بهم، وبالتالي تسهل عليهم إيجاد كل من يشاركونهم نفس التوجه، الاهتمام أو الطموح مما يزيد من معدل بقائهم عبر الشبكة ولإقبالهم عليها.¹

- يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والانستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية.²

¹ (وداد سميثي، المرجع السابق، ص104، 105.

² (عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص66.

وهو تطبيق مجاني يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور والفيديوهات والمؤثرات الخاصة على الصور ومن ثم مشاركتها مع مجموعة متنوعة من مواقع الشبكات الاجتماعي.

القصص (Stories) تسمح للمستخدمين بنشر صور ومقاطع فيديو قصيرة تظهر لمدة 24 ساعة فقط قبل أن تختفي. يمكن للمستخدمين إضافة نصوص وملصقات ومرشحات ووجوه تعبيرية إلى قصصهم.

IGTV: يتيح للمستخدمين نشر ومشاهدة مقاطع فيديو طويلة الأمد. يمكن للمستخدمين تسجيل مقاطع فيديو بطول يصل إلى ساعة واحدة ومشاركتها على قناتهم الخاصة في IGTV.

-الرسائل المباشرة: يمكن للمستخدمين إرسال رسائل نصية وصور ومقاطع فيديو إلى بعضهم البعض بشكل خاص. يمكن إنشاء مجموعات دردشة وإرسال رسائل جماعية أيضًا.

-تسجيل الدخول المزدوج: يسمح للمستخدمين بتسجيل الدخول إلى حسابهم باستخدام أكثر من جهاز أو تطبيق في نفس الوقت.

-المتجر والتسوق: يمكن للعلامات التجارية والشركات إنشاء متاجر إلكترونية وعرض منتجاتها مباشرة في تطبيق إنستغرام، مما يتيح للمستخدمين شراء المنتجات مباشرة من التطبيق.

G Live Rooms: تسمح للمستخدمين ببث الفيديو مباشرة والتفاعل مع المشاهدين عبر الدردشة النصية وإضافة الضيوف إلى البث المباشر.

-ميزة "تابعني" (Follow Me) "تسمح للمستخدمين بمشاركة روابط خاصة بحساباتهم على إنستغرام في البايو (الملف الشخصي) الخاصة بهم، مما يتيح للآخرين مسح رمز الاستجابة السريعة (QR code) أو النقر على الرابط لمتابعتهم مباشرة.

-المواقع الجغرافية: يمكن للمستخدمين إضافة المواقع الجغرافية إلى منشوراتهم، مما يتيح للآخرين استكشاف المناطق التي تم التقاط الصور فيها أو تصوير الفيديو¹.

¹ حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي، دار القلم، دمشق، 2020، ص28.

-حظر المستخدمين والمحتوى: يمكن للمستخدمين حظر حسابات معينة لمنعها من عرض محتواها أو التفاعل معه، كما يمكن تبليغ إنستغرام عن المحتوى المخالف للقواعد والتعليمات لاتخاذ إجراءات مناسبة.

-حسابات الأعمال والإحصائيات: تتيح للشركات والعلامات التجارية تحويل حساباتهم إلى حسابات أعمال، مما يوفر ميزات إضافية مثل الوصول إلى إحصائيات تفصيلية حول المتابعين والتفاعل والمشاركات.

هذه بعض الخصائص الأساسية لإنستغرام، ومن الممكن أن يتم إضافة المزيد من الميزات والتحسينات مع مرور الوقت

4- مميزات انستغرام:

- يتيح موقع انستغرام التعامل مع أنواع الكاميرات المختلفة الهواتف الذكية.
- يوجد به تطبيق الفلاتر الذي به فلتر متعددة تتيح لمستخدمي انستغرام اختيار الفلتر الذين يريدونه بشكل سهل.
- يتيح لك انستغرام مشاركة الصور والفيديوهات مع الأصدقاء على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.
- يعمل على الأجهزة التي تدار بنظام التشغيل أندرويد و
- يسمح لك بالكتابة على الصور ونشرها.
- يعتبر الانستغرام أداة كبيرة وحليفة في مجال الأعمال التجارية، إلى جانب استخدامها الشائع والمعتمد فإن التطبيق يمكن استخدامه أيضاً واستثماره لضمان نجاح الأعمال التجارية بشكل أكبر.
- إمكانية إضافة روابط شخصية ضمن حيز السيرة الذاتية bio ضمن بروفايلك أو صفحتك الشخصية.
- اتاح الجدولة وهي تتيح للمستخدمين أن يختاروا بشكل مسبق التوقيت الذي سوف¹

¹ (أروى، بحث عن انستغرام، معلومات هامة عن موقع انستغرام مميزات وعيوب، 26 يناير، 2021.

- استخدام ميزة بوميرانغ - Boomerang التصوير المتعاقب، حيث تتيح تسجيل الفيديوهات التي تصل مدتها الزمنية إلى حدود الثانيتين ويتم تشغيلها وعرضها بشكل بطيء loop لمدة 6 ثوانٍ متتابع.
 - إعداد بث حي ومباشر Live ، وهي لمن يستعمل الانستغرام في مجال الأعمال التجارية يعتبر البث الحي والمباشر إحدى أفضل الطرق للبقاء قريباً من المتابعين له.
 - إمكانية إعداد استطلاعات للرأي وعرضها على جمهورهم، يكفي أن تختار ملصق للبحث والاستطلاع الخاص بك وتثبيته في أي مكان ضمن القصة
 - استخدام ميزة الصور الدوارة على شبكة feed ، والتي تتيح المشاركة الفورية لصور يبلغ عددها 10 صور كحد أقصى، وعندما يتم نشر هذا النوع من الصور تظهر تلك الصور على شكل عرض سلايدات او شرائح على شبكة الأخبار
 - استخدام تطبيق Hyperlapse التسريع الزمني للفيديو، حيث يتيح إعداد الفيديوهات الاحترافية حتى من خلال استخدام الجهاز الخليوي.
- القصص (Stories) تسمح للمستخدمين بنشر صور ومقاطع فيديو قصيرة تظهر لمدة 24 ساعة فقط قبل أن تختفي. يمكن للمستخدمين إضافة نصوص وملصقات ومرشحات ووجوه تعبيرية إلى قصصهم.
- GTV: يتيح للمستخدمين نشر ومشاهدة مقاطع فيديو طويلة الأمد. يمكن للمستخدمين تسجيل مقاطع فيديو بطول يصل إلى ساعة واحدة ومشاركتها على قناتهم الخاصة في IGTV.
- الرسائل المباشرة: يمكن للمستخدمين إرسال رسائل نصية وصور ومقاطع فيديو إلى بعضهم البعض بشكل خاص. يمكن إنشاء مجموعات دردشة وإرسال رسائل جماعية أيضًا.
- تسجيل الدخول المزدوج: يسمح للمستخدمين بتسجيل الدخول إلى حسابهم باستخدام أكثر من جهاز أو تطبيق في نفس الوقت¹.

¹ (أروى، المرجع السابق).

5- سلبيات وعيوب الإنستغرام

1- محدودية عدد الأشخاص المتابعين

ويقصد هنا بأن الشخص صاحب حساب الانستغرام لا يمكنه عمل متابعة للعدد الذي يرغب به أو لعدد غير محدود من الأشخاص، حيث يقتصر عدد الأشخاص الذين يمكن متابعتهم على 7500 شخص، وهو رقم لا بأس به، خاصة أن شبكة وتطبيق الإنستغرام تختلف عن بقية وسائل التواصل الاجتماعي في العديد من الأمور التي تتطلب السماح بمتابعة عدد غير محدود من الأشخاص، يشبه هذا إلى حد ما عدم إمكانية إضافة أكثر من 5000 صديق على حساب الفيسبوك، ويشبه الحسابات الناشئة في Twitter ، حيث يكون عدد الأشخاص المسموح بمتابعتهم محدوداً، وبمجرد أن تنمو هذه الحسابات يمكنها بعد ذلك متابعة المزيد من الأشخاص، وفي إنستغرام ولتمكينك من متابعة أشخاص آخرين عندما يصل عدد المتابعين إلى 7500، لا بد وأن تقوم بإلغاء متابعة حسابات قديمة أو حسابات أخرى يبدو عليها عدم استخدام أصحابها لها، بمعنى أنه لا يمكنك متابعة الأشخاص الذين يتابعونك في حال وصول عدد الأشخاص الذين تقوم بمتابعتهم إلى 7500 شخص.

2- صعوبة الحصول على متابعين جدد

يعتبر الحصول على عدد من المتابعين الجدد لحسابك على الإنستغرام أمراً صعباً نوعاً ما، حيث أنه من الصعب الدخول إلى عالم قسم الاستكشاف في الانستغرام لزيادة ظهورك وظهور مشاركاتك لدى الآخرين، وبالتالي عدم وجود الفرصة الكبيرة والسهلة لحصولك على متابعين جدد.

-الضغط النفسي وتأثيراته السلبية: يمكن أن يسبب إنستغرام الضغط النفسي لبعض الأشخاص، حيث يقارنون حياتهم ومظهرهم بما يرونه من صور مثالية للآخرين، مما يؤثر على تصورهم الذاتي ويزيد من القلق والاكتئاب.

-الإدمان وفقدان الوقت: يمكن أن يكون إنستغرام مدمراً لبعض الأشخاص الذين ينفقون الكثير من الوقت في التطبيق بشكل مفرط، مما يؤثر على إنتاجيتهم وعلاقاتهم الاجتماعية والشخصية.

-تأثير الهجمات السلبية والتنمر عبر الإنترنت: قد يتعرض بعض المستخدمين للتنمر والتعليقات السلبية على حساباتهم في إنستغرام، مما يسبب لهم الإحراج والضغط النفسي وقد يؤدي إلى تراجع الثقة بالنفس¹.

¹ تم الاطلاع عليه في. 23/04/2023، m3rifah.com

-قضايا الخصوصية: قد تواجه بعض المشكلات فيما يتعلق بالخصوصية على إنستغرام، خاصةً عندما يتعلق الأمر بمشاركة الصور والمعلومات الشخصية، ويجب أن يكون المستخدمون حذرين بشأن المعلومات التي يشاركونها والأشخاص الذين يتابعونهم.

-القيود وسياسات الحظر: قد تواجه بعض القيود والحظر في إنستغرام إذا انتهكت سياسات المنصة أو قواعد السلوك، وقد يكون من الصعب استعادة الحساب بعد الحظر.

-انتشار المحتوى الضار: يمكن أن ينتشر المحتوى الضار والمضلل على إنستغرام، بما في ذلك المعلومات الزائفة والإعلانات المضللة، مما يؤثر على تجربة المستخدمين ويشكك في مصداقية المحتوى المشارك.

مهم أن نتذكر أن هذه السلبيات والعيوب ليست مطبقة على الجميع، وأن تجربة استخدام إنستغرام يمكن أن تختلف من شخص لآخر. من الضروري ممارسة الوعي والاستخدام السليم للتطبيق واتخاذ الاحتياطات اللازمة للحفاظ على الصحة النفسية والخصوصية.

3- خوارزميات الإنستغرام متحيزة

تمنح الخوارزميات ميزة للأشخاص الذين يدفعون مقابل ترقية حساباتهم.

4- تثبيط حركة المرور والوصول إلى موقعك عبر إنستغرام

لا يسمح إنستغرام بإمكانية وضع رابط مباشر في المنشورات الخاصة بك، يمكنك وضع الرابط فقط في السيرة الذاتية الخاصة بك، وبذلك وعند رغبتك بعرض رابط موقع ويب على متابعيك في إنستغرام، يجب أن تقوم بإخبارهم أن الرابط موجود في السيرة الذاتية الخاصة بك، إضافةً لذلك فإن إنستغرام لا يسمح بإضافة رابط مباشر في "القصص" الخاصة بك "Stories"، إلا في حال كان عدد متابعيك يصل إلى 10000 متابع (عشرة آلاف متابع).

تسبب الإنستغرام بالإدمان¹

¹ m3rifah.com, 23/04/2023.

يتشابه إنستغرام مع معظم مواقع التواصل الاجتماعي، وبشكلٍ خاص مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل على عرض الوسائط الاجتماعية من قصص أو صوراً أو مقاطع فيديو، حيث يتسبب الانستغرام بالإدمان، فيضيع الناس قدراً كبيراً من أوقاتهم وهم يمررون ويتصفحون، أو ينتقلون إلى قسم الاستكشاف مراراً وتكراراً، دون دراية منهم كيف يمر الوقت ويهدر¹

¹ (m3rifah.com، 2023/04/23، 16:23.

الفصل الثالث: اللباس

تمهيد

- أولاً: مفهوم اللباس
- ثانياً: وظائف اللباس
- ثالثاً: تاريخ اللباس
- (1) اللباس كمؤشر للتطور
- (2) اللباس عند المصريين القدامى
- (3) اللباس في العصور الوسطى
- (4) اللباس في عصر النهضة
- (5) اللباس في العصر الاسلامي
- رابعاً: تاريخ اللباس في الجزائر

تمهيد:

يعتبر اللباس من أهم المستلزمات والضروريات الشخصية واليومية التي تؤثر في النشاط الاجتماعي، لقد ارتبط وجوده بوجود الإنسان ولكون اللباس من أحد أهم الحاجيات الأساسية إلى جانب المأكل والمشرب والتي تضمن حياة البشر وراحتهم، قد جعل منهم الحلقة الأساسية في سياسة الضروريات البشرية.

لهذا فإن الطرح الموضوعي للباس بالنسبة للباحث في علم النفس العيادي يتمثل في محاولة الاستقصاء العلمي للأبعاد النفسية واللاشعورية له، مع مراعاة الأبعاد الأخرى الدينية والاجتماعية والفكرية بعيدا عن كل مظاهر الأحكام القيمية والتعسفية. كما أن أصل الملابس هو موضوع يثير الكثير من الاهتمام والتساؤلات لدى الناس، حيث يُعد من أبرز علامات الحضارة التي تتحدث عن تطور الإنسان في عدة مجالات.

وبهذا الصدد سنحاول في هذا الفصل تحديد ماهية اللباس وألوانه ووظائفه وكذا وضعية اللباس في المجتمع الجزائري.

أولاً: تعريف اللباس

لغة واصطلاحاً:

فاللباس في اللغة يدل على المخالطة، والاشتمال والمداخلة، والتغشية، والاجتماع، و الاستتار، والاتصال، وجذره اللغوي اللام و الباء، والسين (لبس).

و يدل على مخالطة ومداخلة من ذلك لبست الثوب البسه و هو الأصل، و منه تتفرع الفروع، ويطلق على ما يلبسه الإنسان اسم اللباس و الملبس، واللبس.

ويطلق لفظ اللباس على أشياء أخرى عن طريق المجاز نتيجة مع وجود علاقة بين المعاني اللغوية لهذا اللفظ والمعنى المجازي، كإطلاقه على الزوجين الرجل و امرأته، كقوله تعالى أحل لكم ليلة الصيام الرفث إلى نسائكم هن لباس لكم و انتم لباس لهن.

اللباس هو ما يوضع أو يلبس على الجسم سترًا له وحفظًا له من المؤثرات الخارجية المحيطة به، مثل البرد وتقلبات الجو وغير ذلك، إضافة إلى أنه زينة للإنسان وجمال له، قال -تعالى-: (يا بني آدمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَؤَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَى ذَٰلِكَ خَيْرٌ)¹.

¹ (مفهوم اللباس في الإسلام، 2023/05/16، 09:03، mawdoo3.com).

ثانيا: وظائف اللباس:

(أ) وظيفة الحماية (الوقاية):

عكف الإنسان منذ القدم على تلبية حاجياته الأساسية للعيش ومن بين تلك الحاجيات اللباس (الملبس) حيث كانت وظيفته آنذاك الحماية قبل أن يتخذ وظائف أخرى كالتمييز، التزيين...

يعتبر اللباس واحداً من الوسائل الرئيسية التي يستخدمها الإنسان للحماية والوقاية من التغيرات الجوية والظروف البيئية القاسية. فهو يوفر حاجزاً بين جسم الإنسان والعوامل الخارجية الضارة مثل البرد الشديد والحرارة المرتفعة والرياح العاتية والأشعة الشمسية الضارة.

يختلف شكل ونوع اللباس وفقاً للظروف المناخية والبيئية للمنطقة. فعلى سبيل المثال، في المناطق الباردة يتم استخدام الأقمشة الثقيلة والطويلة لتوفير العزل الحراري والحماية من البرد، في حين أنه في المناطق الحارة يفضل استخدام الأقمشة الخفيفة والمسامية للسماح بتدفق الهواء وتبخير العرق لتبريد الجسم.

بالإضافة إلى ذلك، اللباس يعد أيضاً وسيلة للحماية من الأضرار البيئية الأخرى مثل الجروح والخدوش والحروق. يمكن للملابس الواقية مثل السترات المقاومة للحرارة والقفازات الواقية والأحذية الواقية أن تساعد في تقليل المخاطر المحتملة في بيئات العمل الخطرة.

بالإضافة إلى الحماية والوقاية، يمكن للباس أن يكون أيضاً عنصراً هاماً في التعبير الثقافي والتاريخي والاجتماعي للشعوب والمجتمعات.

يذكر (Dun Lap) أحد المؤيدين لنظرية الارتداء من أجل الحماية مستندا في رأيه ذلك إلى أن أول رداء كان من أجل الحماية صنع من الأشجار، كما ارتدّيت الملابس كوسيلة للاختباء من الحيوانات ولذلك كانت تصنع على هيئة رؤوس حيوانات، كما استخدمت أيضا للحماية من القوى الغيبية أو كسحر يجلب لهم الحظ.¹

¹ شنوري زينب، أثر الوسط الجامعي في تغير نمط لباس الطالبة الجامعية الجزائرية -الحي الجامعي-جامعة سيدي بلعباس نموذجاً- مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الثقافي، قسم العلوم الاجتماعية، شعبة علم الاجتماع، جامعة الجليلي الياس، سيدي بلعباس، 2015-2016، ص33،34.

واللباس لا يوفر الحماية الفيزيولوجية فحسب بل يوفر كذلك الحماية السيكولوجية، فمن النظريات المؤيدة ل (Dun Lap) نظرية الحاجات النفسية التي فسرت ارتداء اللباس لحماية الإنسان من سخرية الآخرين، حيث يرى علماء النفس أن الملابس تحقق أيضا الحماية من الناحية السيكولوجية، ويذكرون في ذلك أن الملابس تستخدم كحاجز بين الشخص والعالم الخارجي.

كما أنها تشير إلى من هم واثقين من أنفسهم حين يتوجهون إلى الرغبة في الاحتفاظ بالملابس ويميلون إلى ارتداء طبقات أكثر من الملابس مما يفعله الآخرون الذين يكتفون بشخصياتهم، وفي ذلك إيضاح أن اللباس يستخدم كوسيلة للحماية النفسية للفرد حيث أنها تحقق له حماية شخصية من وجهة نظر مرتديها عندما يفترق إلى الثقة بالنفس، كما أن اللباس يساعد الفرد في المجتمع على التكيف مع الآخرين.

ب) الوظيفة الاحتشامية (الستر):

اللباس له أيضًا وظيفة احتشامية وستر العورة. يعتبر الحشمة والحياء جزءًا من القيم الاجتماعية في مختلف الثقافات والديانات. يُفرض على الأفراد أن يرتدوا اللباس المناسب الذي يكون متوافقًا مع مفهوم الحشمة ويحتشم عورتهم، أي أجزاء الجسم التي يجب أن تظل مكشوفة فقط أمام الأشخاص المحددين كالزوج أو الأقارب المقربين.

تعمل وظيفة الحشمة والاحتشام في اللباس على تحديد وتمييز الحدود بين الحياة العامة والخاصة، وتعزز التعايش الاجتماعي والاحترام المتبادل بين الأفراد. يساهم اللباس في تشكيل الهوية الشخصية وتعزيز الانتماء الاجتماعي والثقافي، حيث يعكس قيم وتقاليد المجتمع والثقافة التي ينتمي إليها الشخص.

علاوة على ذلك، يساهم اللباس في بناء الثقة والتفاهم بين الأفراد في المجتمع، حيث يعمل على تجنب الإثارة الجنسية غير الملائمة والتحفظ على العلاقات الاجتماعية المحترمة. يعد اللباس الشرعي والملابس التقليدية والزي الرسمي والزي العسكري وغيرها من الأزياء الخاصة بالمناسبات والأدوار الاجتماعية من الأمثلة على اللباس الذي يحقق وظيفة الاحتشام والستر¹.

¹ شنوري زينب، المرجع السابق، ص35.

وبالتالي، يمكن القول إن اللباس يعمل كوسيلة لتمييز الإنسان عن الحياة الحيوانية وتعزيز الحشمة والاحتشام في التفاعلات الاجتماعية.

غيره إليها، وهي مواضيع العورة لقوله تعالى: "يا بني آدم قد أنزلنا لباسا يواري سوءاتكم وريشا..."

كما ارتبطت هذه الوظيفة بقصة آدم وحواء وخروجهما من الجنة بحيث حين أدركا أنهما عاريان دون لباس، قاما بإخفاء عوراتهما بورق الشجر، حيث يقول جلا وعلا: "لا يفتننكم الشيطان كما أخرج أبويكم من الجنة ينزع عنهما لباسهما ليريهما سوءاتهما".

من هنا يتبين لنا أن الستر واجب تفره الفطرة السليمة، فقد عمل الإنسان على تحقيق الاحتشام والستر في لباسه وذلك بتطويره فقد كان يلبس أوراق الشجر بعد أن تذبل وتجف إلى أن توصل إلى لبس جلود الحيوانات التي وفرت سترا ووقاية أفضل من أوراق الشجر وبعدها توصل إلى النسيج وكان اختراع النسيج نقلة نوعية في تاريخ الاحتشام فنسج قطعة مربعة الشكل تفتح من الوسط ويدخل فيها رأسه فطوره إلى أن وصل لنسيج ألبسة تناسب جسمه وقدراته وحاجاته... إلى أن وصل إلى ما هو عليه اليوم من تنوع في أشكال اللباس (الساتر وغير الساتر).

مفهوم الاحتشام يختلف بين المجتمعات والثقافات المختلفة. قيم الحشمة والعورة تعتمد على المعايير الاجتماعية والثقافية المتبعة في كل مجتمع. يتم تحديد مفهوم الاحتشام من خلال العادات والتقاليد والمعتقدات الثقافية لكل مجتمع ويمكن أن يتأثر أيضًا بالعوامل الدينية والقانونية.

فعلى سبيل المثال، في بعض المجتمعات الإفريقية وماليزيا، قد يعتبر عرض صدر المرأة أمرًا طبيعيًا وغير محرج، بينما يعتبر عرض الساقين عورة. في المقابل، في المجتمعات الغربية، قد يعتبر احتشام المرأة هو تغطية شعرها ورقبتها بشكل كبير. بينما في بعض المجتمعات العربية والمغربية، يتطلب الاحتشام تغطية الجسم بشكل كامل عدا الوجه والكفين والقدمين¹.

¹ شنوري زينب، المرجع السابق، ص 35.

يجب أن نلاحظ أن هناك تداخل بين المفاهيم الشرعية والعرفية في بعض المجتمعات، حيث يتأثر مفهوم الاحتشام

بالأحكام الدينية والتوجيهات الثقافية والاجتماعية. قد يختلف مفهوم الاحتشام حتى بين الأفراد في نفس المجتمع، حيث يعكس التفضيلات الشخصية والقيم الفردية.

بالتالي، يمكن القول إن مفهوم الاحتشام في اللباس يتأثر بالعديد من العوامل والمتغيرات، ويختلف من مجتمع لآخر ومن ثقافة لأخرى. يعكس هذا التنوع التاريخي والثقافي للبشرية والتنوع في القيم والمعتقدات المتبعة في المجتمعات المختلفة.

ج) الوظيفة الجمالية والإغرائية:

اللباس له أيضًا وظيفة جمالية وإغرائية. يلعب اللباس دورًا في تحسين مظهر الشخص وجماله، وهذا يلبي رغبة النفس في الزينة والجمال. الإنسان يحب أن يظهر بشكل جميل وملفت للانتباه، وهذا يعكس طبيعة الإنسان وحبه للزينة.

تشير الآية الكريمة حيث قال تعالى: "خذوا زينتكم عند كل مسجد، وكلوا واشربوا ولا تسرفوا إنه لا يحب المسرفين" إلى أن اللباس يعد جزءًا من الزينة والجمال الخارجي للإنسان، وينبغي أن يكون متوافقًا مع القيم والضوابط الشرعية. يعني ذلك أن اللباس يمكن أن يكون وسيلة للتعبير عن الجمال الداخلي والمحاسن الخلقية للإنسان، وفي الوقت نفسه يتوافق مع التوجيهات الدينية.

بالإضافة إلى ذلك، يتم تصميم بعض الملابس خصيصًا لإظهار الجاذبية الجنسية والإغراء. فعندما ترتدي المرأة ملابس تبرز مفااتها، مثل الفساتين القصيرة أو الأقمصة بدون أكمام أو السراويل الضيقة، فقد تكون هذه الملابس¹

¹ (شنوري زينب، المرجع السابق، ص36).

مصممة لجذب الانتباه وتجذير إعجاب الرجال. وبالمثل، يتم تصميم بعض الملابس الرجالية بطريقة تبرز عضلاتهم وتجعلهم جاذبين ومحط أنظار الآخرين.

مهما كانت الغاية من اللباس الجمالي والإغرائي، يجب النظر إليه بشكل متوازن ومن منظور شخصي واجتماعي. ينبغي أن يكون اللباس ملائماً للمواقف والثقافة ويحترم القيم والأخلاق العام.

إذن اللباس لم يصنع للحماية من تأثيرات الجو، والاحتشام والتستر فحسب بل قد حل محل وظيفة الاحتشام ووظيفة الإغراء الجنسي للطرف الآخر وذلك بالحرص على اختيار ملابس تساعد على إخفاء تقدم السن وما يترتب عنه من عيوب جسمانية، فاختيار ملابس معينة تخفي تلك العيوب (باستخدام الخداع البصري)، كما أنها تبدي الفرد (رجلاً كان أم امرأة) أقل سناً وبالتالي أكثر إغراءاً.

(د) الوظيفة الثقافية والتمييزية:

اللباس يحمل وظيفة ثقافية وتمييزية. يعبر اللباس عن الثقافة والمعتقدات والقيم الاجتماعية للمجتمعات. يعد اللباس أحد العناصر التي تميز كل مجتمع عن الآخر، ويحمل في طياته دلالات ورموز تعبر عن هوية الأمة وحضارتها.

يعكس اللباس المكتسبات التاريخية والممارسات والأفكار والعقائد والأعراف التي تسود في المجتمع. وبالتالي، يمكن للباس أن يعبر عن الهوية الثقافية للأمة ويكون دليلاً واضحاً على شخصيتها وحضارتها. فعندما يرى الناس اللباس يستطيعون تحديد العرق أو الثقافة التي ينتمي إليها الشخص قبل أن يتحدث أو يتفاهموا على لغته.

مع تطور المجتمعات والتواصل الثقافي بينها، يمكن أن تنتقل عادات اللباس وتتأثر بالثقافات الأخرى. فعلى سبيل المثال، قد توجد ثقافات تميز نفسها بأنماط معينة من الملابس مثل الربطات عنق أو التنانير أو القبعات. وبالتالي، يمكن للانتماء إلى فضاء ثقافي معين أن يتعرف عن طريق اللباس الذي يرتديه الشخص¹.

¹ شنوري زينب، المرجع السابق، ص 36.

مع ذلك، يجب ملاحظة أن المقولة "قل لي ماذا تلبس أقل لك من أنت" لم تعد تنطبق بنفس القدر في العصر الحالي. مع تغير الزمن وتحولات الثقافة، أصبحت الأمور أكثر تعقيداً. قبل أن تتمازج الأزمنة المعاصرة، كان اللباس يستخدم كوسيلة للتمييز والتعرف على الأفراد ومناطقهم الجغرافية والتقاليد الثقافية التي ينتمون إليها.

ومع تغير وتطور المجتمعات واحتكاكها فيما بينها، أصبحت مقولة: "قل لي ماذا تلبس أقل لك من أنت" لا تنطبق على الحاضر، فقبل أن تختلط الأزمنة المعاصرة الأمور، وقبل أن تقوم بصياغة علاقة جديدة مع اللباس، كان الناس يميزون أنفسهم بالثياب التي كانوا يرتدونها والقبعات التي كانوا يعتمرونها والأحذية التي كانوا ينتعلونها.

اللباس يتعدى الوظيفة الثقافية ويمتد إلى التمييز بين الأفراد ويعبر عن هوية الفرد وخصائصه الاجتماعية. يمكن للباس أن يكون رمزاً للطبقة الاجتماعية، حيث يعكس الفرق في الثروة والتفاوت الاقتصادي والاجتماعي. على سبيل المثال، يمكن لأفراد الطبقات الأرستقراطية أن يستخدموا اللباس الفاخر والمزخرف بالمجوهرات والأقمشة الثمينة للتعبير عن ثرائهم ومكانتهم الاجتماعية.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للباس أن يعكس هوية الفرد في المجتمع بشكل عام من خلال نوعية الملابس التي يرتديها. يمكن للباس أن يكون علامة مميزة لمهنة الشخص، حيث يمكن التعرف على مهنة الشخص من خلال الزي الخاص به. على سبيل المثال، يمكن تمييز رجال الإطفاء بزيهم الخاص ويمكن تمييز الطبيب العسكري بزيه المميز.

وبالنسبة للوظائف المتعددة والتنوع الذي يمتلكه اللباس، فإن ذلك يعكس حاجة الإنسان الأساسية للتمييز والتعبير عن نفسه. يلعب اللباس دوراً مهماً في حياة الأغنياء والنبلاء للإعلان عن ثرائهم ولتعزيز شخصيتهم وتميزهم في المجتمع¹.

بشكل عام، يمكننا أن نقول أن اللباس يحمل وظائف متعددة ويتميز بتنوعه الاجتماعي والثقافي والفردية. يعبر عن هوية الفرد ويساهم في تمييزه في المجتمع ويعكس الثقافة والمكتسبات التاريخية والاجتماعية للأمة.

¹ (شنوري زينب، المرجع السابق، ص 37).

ثالثاً: تاريخ اللباس

تاريخ اللباس يمتد لآلاف السنين ويعود إلى العصور القديمة. منذ ظهور الإنسان على وجه الأرض، بدأ استخدام اللباس كوسيلة للحماية من العوامل الجوية والبيئية ولتعبير عن الهوية والثقافة.

في العصور القديمة، كان اللباس يتأثر بتوافر الموارد المحلية واحتياجات المجتمع. كان يصنع من المواد الطبيعية مثل الجلود والفرو وأوراق النباتات والألياف النباتية المنسوجة. تطورت الحضارات المختلفة حول العالم أدى إلى تنوع في أنماط اللباس وتصاميمه.

مع تقدم الحضارات وتطور التجارة والتواصل بين الشعوب، بدأت تأثيرات ثقافات مختلفة تنعكس على اللباس. تطورت تقنيات النسيج وظهرت أقمشة جديدة مثل الحرير والكتان والصوف. كما تطورت تقنيات الصبغ وظهرت ألوان وتصاميم متنوعة.

في العصور الوسطى، أصبح اللباس أحد عوامل التمييز الاجتماعي والطبقي. ارتدى الطبقة النبيلة والأرستقراطية ملابس فخمة ومزخرفة تعبر عن ثراءهم ومكانتهم الاجتماعية، بينما ارتدى الطبقة العاملة والفقيرة ملابس بسيطة.

مع بداية العصر الحديث والثورة الصناعية في القرن الثامن عشر، تغيرت طرق صناعة الأقمشة وانتشرت الملابس الجاهزة. تطورت صناعة الموضة وأصبحت الاتجاهات الجديدة في الموضة تنتشر بسرعة أكبر.

في العصور الحديثة والمعاصرة، أصبحت الثقافة الشعبية والثقافة الشبابية ووسائل الإعلام تؤثر بشكل كبير على صيحات الموضة وتصاميم اللباس. أصبح اللباس وسيلة للتعبير الفردي والتمييز الاجتماعي وأحد عوامل تحديد الهوية الثقافية.

في العصر الحديث، أيضاً، شهدت صناعة الأزياء تطورات تكنولوجية مثل استخدام الألياف الاصطناعية والتصميم بمساعدة الحاسوب وظهور مفهوم الموضة الاستدامية.

باختصار، تاريخ اللباس يعكس تطور الحضارات والتغيرات الاجتماعية والثقافية على مر العصور. يعتبر اللباس¹

(1) شنوري زينب، المرجع السابق، ص41.

أحد العناصر الأساسية في التعبير الثقافي والتميز الاجتماعي ولا يزال يشهد تغيرات وتطورات في الوقت الحاضر

(2) اللباس عند المصريين القدامى:

في العصور القديمة، كان اللباس في مصر القديمة يعكس الثقافة والتقاليد المصرية. وقد توفرت لنا بعض المعلومات عن الزي المصري من خلال اللوحات الجدارية والنصوص القديمة.

أحد الأزياء الشائعة في مصر القديمة كانت "الكَلْوَة" وهي قميص قصير يغطي الجزء العلوي من الجسم ويصل إلى الركبتين. كان يتم ارتداؤه عادةً بواسطة الرجال والنساء. كما كان هناك "الكَلْت" الذي كان عبارة عن قميص طويل يغطي الجسم بالكامل.

كما ارتدى المصريون القدماء قطعة قماش تسمى "الشِمَال" وهي عبارة عن قطعة قماش مستطيلة تلف حول الخصر وتغطي الجزء السفلي من الجسم. كانت تستخدم لكلا الجنسين.

أما النساء، فكانت ترتدي "الكالاسير" وهي تنورة طويلة تصل إلى الكاحل. وتم استخدام الأقمشة المزخرفة والملونة لإضفاء المزيد من الجمالية على الملابس النسائية.

كانت هناك أيضًا الأقمشة الملفوفة حول الرأس والجسم، مثل "التوب" و "الكبت"، التي كانت تستخدم لتغطية الشعر والحماية من الشمس.

وبالإضافة إلى ذلك، كانت هناك ملابس مخصصة للمناسبات الخاصة والأعياد. وكان المصريون يهتمون بالأقمشة المزخرفة والملونة التي كانت تستورد من الخارج، وكانت تستخدم في تصميم الملابس الفاخرة.

يجب الإشارة أيضًا إلى أن الملابس في مصر القديمة كانت تختلف بين الطبقات الاجتماعية. وكانت هناك ملابس خاصة بالطبقة النبيلة والملكية تميزها عن غيرها.¹

¹ شنوري زينب، المرجع السابق، ص 41.

هذه بعض المعلومات العامة عن اللباس في مصر القديمة. وعلى الرغم من أن الكثير من المعلومات قد فقدت عبر الزمن، إلا أن الأبحاث الأثرية والمصادر التاريخية المتاحة لنا تساعد في فهم واستعادة جزء من تاريخ اللباس في هذه الحضارة القديمة

وستحدث الآن عن الأزياء المختلفة لطوائف الشعب المصري:

زي الأطفال: الأطفال في مصر القديمة كانوا يرتدون عادةً العرى، وتصورهم الفنون القديمة عاريين أو يضعون أصابعهم في أفواههم، ويتدلى شعرهم الطويل على الكتفين.

الزي الملكي: كان الزي الملكي هو أكثر الأزياء تفرّدًا وثمنًا. كان مزخرفًا بخيوط ملونة أو مطرزة، وربما يتم تزيينه بأجزاء من الذهب. كان الثوب يزينه شرائط وأهداب بألوان مختلفة. كما تم اكتشاف قطع من الكتان تشبه الفرو تستخدم كتقليد للفراء.

زي الكهنة: كان يتكون من رداء طويل مصنوع من جلد الفهد يلف الكاهن جسده، وتعلق الجزء العلوي من الرداء فوق الكتف.

زي العمال والحرفيين: كان العمال والحرفيون يرتدون ملابس مختلفة حسب طبيعة عملهم. يمكن أن تشمل ذلك سروالًا قصيرًا ونقبة قصيرة أو طويلة. وكانت الرؤساء يرتدون نقبة طويلة أو شالًا كبيرًا.

زي كبار ورجالات الدولة: كان هناك اختلاف في ملابس كبار ورجالات الدولة، وقد تضمنت الثياب بعض الثنايا المبرومة أو الخيوط المزخرفة.

زي الشرطة والجيش: تختلف ملابس الشرطة والجيش حسب الرتب والوظائف. كان رماة الجيش يرتدون نقبة قصيرة حمراء مع زخارف خضراء، وكانوا يضعون قلادات أو شرائط بيضاء ملفوفة حول الرأس¹.

¹ (عبدالحليم نورالدين، تاريخ وآثار وتراث مصر، مجلة تراث مصر، العدد الرابع، الحضارة للنشر، مصر، 2009، ص3).

زي الخدم: تختلف ملابس الخدم حسب مستوياتهم. قد يرتدون نقبة طويلة أو قصيرة، وتشتبك العديد منهم في ارتداء قلائد وأساور بسيطة. يكون الجزء العلوي من الملابس ومنطقة الصدر عاريين، ويضعون باروكة شعر ملفوفة على الظهر لتسهيل حركتهم أثناء العمل.

زي المرأة: كانت المرأة في مصر القديمة تهتم بجمالها الجسدي والروحي. كان هناك جمال حسي يتعلق بالمظهر الخارجي للوجه والجسد، وجمال معنوي يرتبط بالروح والعقل. تسعى كل منهما لإثارة الإعجاب والاستحسان، حيث يلهم الجمال الحسي الحواس .

3) اللباس في العصور الوسطى:

في العصور الوسطى في أوروبا، كانت الملابس تختلف حسب الإطار الزمني والمنطقة. وفيما يلي مجموعة من الشرائح المجتمعية وأنماط ملابسها في العصور الوسطى:

ملابس العصور القديمة المتأخرة (القرن الثالث إلى السابع): كانت الملابس الرومانية التقليدية تتألف عادةً من قطعة واحدة من النسيج الملفوفة بعناية لتغطية الجسم. مع انحسار الإمبراطورية الرومانية الغربية، تأثرت الموضة بأسلوب الملابس الواقية المتميز للشعوب البربرية.

الأزياء البيزنطية في الإمبراطورية الرومانية الشرقية (القرن الرابع إلى القرن الخامس عشر) وبريطانيا: كانت الشعوب الألمانية والإسكندنافية في شمال أوروبا ترتدي الملابس الدافئة والثقيلة. كان الرجال يرتدون سراويل وقمصان ضيقة ذات أكمام وأغطية رأس وقبعات، وغالبًا ما يرتدون شرابيب حول الساقين وأحذية بسيطة أو جلدية. وكانت النساء يرتدين طبقات من الملابس: قماش قطني تحت الأطباق الصوفية، وفي بعض الأحيان كان يتم تثبيتها على الكتفين بواسطة دبابيس زخرفية. وكانت ملابس الفايكنج عادة ما تكون مزينة بالتطريز أو الجديلة.

لباس الفلاحين الأوروبيين (القرن الثامن إلى القرن الخامس عشر) في أوروبا وبريطانيا: بينما تتغير ملابس الطبقات العليا خلال هذا العقد، كان الفلاحون والعمال يرتدون ملابس بسيطة ومتواضعة تتغير قليلاً عبر القرون. كانت¹

1) عبدالحليم نورالدين، المرجع السابق، ص 12، 13.

ملابسهم تتمحور حول سترة بسيطة وعملية، تكون أطول للنساء من الرجال، وعادة ما تكون ملهة إلى حد ما.

أزياء الطبقة النبيلة في العصور الوسطى العليا (القرن الثاني عشر إلى القرن الرابع عشر) في أوروبا وبريطانيا: في معظم العصور الوسطى المبكرة، كانت ملابس النبلاء تشبه نمط الملابس التي يرتديها العمال، ولكنها كانت مصنوعة من أقمشة فاخرة بألوان زاهية وزخارف إضافية في القرون الثاني عشر والثالث عشر. تمت إضافة هذا النمط الزخرفي إلى المعاطف، وقد تأثر على الأرجح بالتصاميم التي كان يستخدمها الفرسان الصليبيون على دروعهم. لم يبدأ التصميم في التغيير بشكل كبير حتى منتصف القرن الرابع عشر، حيث أصبح أكثر تفصيلاً وزخرفة. هذا هو الأسلوب الشائع لملابس النبلاء في العصور الوسطى.

هذه بعض الأمثلة عن ملابس العصور الوسطى في أوروبا. يجب ملاحظة أن هذه الأمثلة ليست شاملة وأن هناك تنوعاً وتفاوتاً في الملابس بحسب الزمان والمكان والطبقة الاجتماعية

اما فيما يخص أزياء المرأة في العصور الوسطى فيمكن التطرق إليها فيما يلي :

أزياء المرأة في العصور الوسطى- :

الثروة والنبيل: كانت النساء الأثريات والنبلاء يرتدين سترات أو فساتين بلا أكمام تصل إلى الأرض، تماما كما فعلت النساء الفلاحات، لكن الاختيار المادي كان مختلفا تماما، فضل الأثريات الأقمشة الملونة والفاخرة والتطريز الغني، كان الفراء يرتدي عادة داخل الملابس لإبقاء المرأة دافئة، ولكن مع تقدم العصر، أصبح تقليم الفراء أكثر شيوعا مع تقدم العصور الوسطى، أصبح لباس الأثريات أكثر تفضيلا، كان يرتدي عادة اثنتين من الستر، مع واحد أكثر حيوية وتزيين من الآخر شرائط الزينة مزينة بأطراف الأكمام وخطوط العنق والنصف السفلي من الفساتين. أصبحت خطوط الخصر أكثر تأكيدا مع قطع تشبه الحزام تسمى العديلات التي تخلق شكلا من أكبر اللورك، تزين الملابس والاكسسوارات الكثير من المجوهرات والفضة والذهب واللؤلؤ .

صحيح، في العصور الوسطى، تنوعت أزياء المرأة حسب الطبقة الاجتماعية والثروة. هناك بعض العناصر الشائعة في أزياء المرأة في تلك الفترة¹:

¹ ملابس القرون الوسطى حسب المنطقة والفترة، 20:00، 2023/05/27، Eferri.com

الفساتين الطويلة: كانت الفساتين تصل إلى الأرض وتغطي الجسم بالكامل. كانت النساء الأثرياء والنبلاء يفضلن الأقمشة الفاخرة والملونة مثل الحرير والشيفون والمخمل. كانت الفساتين تزين بالتطريز والتقوير والترتر والشرائط المزخرفة.

خطوط الخصر المشدودة: كان هناك تأكيد على تحديد خطوط الخصر، وكان يستخدم حزام يسمى "العديلة" لإبراز قوام المرأة وإبراز منحنياتها، خاصة في الفساتين الضيقة.

الزينة والمجوهرات: كانت المرأة تزين نفسها بالمجوهرات والأكسسوارات الثمينة مثل القلائد والأساور والخواتم. كانت الأحجار الكريمة واللآلئ شائعة، وكانت الفضة والذهب تستخدم في صنع المجوهرات.

الفراء والتقلييمات: كانت بعض النساء الثريات يرتدين فراء داخل الملابس للحفاظ على الدفء. كما تزينت الملابس بالتقلييمات الفاخرة، مثل تقلييم الفرو وتزيينات الشرائط على حواف الأكمام والياقات والتنانير.

هذه بعض العناصر الشائعة في أزياء المرأة في العصور الوسطى. يجب ملاحظة أن هناك تنوعًا وتفاوتًا في الملابس بحسب الزمان والمكان والطبقة الاجتماعية والثقافة المحلية

➤ **افئة الفلاحين:** النساء اللواتي كن ليس أثرياء أو جزءا من طبقة النبلاء، كانت الخاصة بهم مصنوعة من الصوف أو الكتان غير المصبوغ، كانت معظم النساء يرتدين قميصا تحت السترة.

قوانين سومبتواري في ذلك الوقت منعت الفقراء من ارتداء ملابس عصرية، حددت هذه القوانين أن الفقراء لا يستطيعون ارتداء الحجاب باهظ الثمن أو المشدات المزخرفة بالفضة أو الألوان الذهبية والبنفسجية.²

¹ المرجع السابق.

² ar.veganapati.pt. 27/05/2023. 21 :15.

4) اللباس في عصر النهضة:

في عصر النهضة، كانت الملابس تعتبر وسيلة للتعبير عن الثقافة والمكانة الاجتماعية. الأثرياء والنبلاء كانوا يحرصون على ارتداء ملابس فاخرة ومزخرفة بتفاصيل راقية، بينما كانت الملابس البسيطة والعادية تستخدمها الطبقة العاملة والفلاحين.

كانت الألوان تلعب دورًا هامًا في الملابس في تلك الحقبة. استخدمت الألوان الغامقة مثل الأسود والأحمر والأزرق الداكن للملابس الفاخرة، في حين استخدمت الألوان الفاتحة مثل الأبيض والأصفر والوردي للملابس اليومية. كانت الأقمشة المستخدمة تشمل الحرير والبروكار والصوف والقطن، حيث كل منها كان له تأثيره الخاص على مظهر الملابس وراحة الارتداء.

التفاصيل والتزيينات كانت تعطي لمسة خاصة للملابس في عصر النهضة. استخدم التطريز والشرائط الزخرفية والدانتيل لإضافة جمال وأناقة إلى الملابس. كانت السترات والفساتين مزخرفة بتفاصيل فنية معقدة، وتم استخدام الشرائط الزخرفية لتحديد حواف الأكمام والصدر وحواف الفساتين.

بصفة عامة، كانت الملابس في عصر النهضة تعكس الثقافة والفن والرفاهية التي تعيشها المجتمعات في تلك الحقبة. وقد ساهمت هذه الموضة الرائعة في تعزيز التنوع والتطور في عالم الموضة والملابس

في عصر النهضة، تطورت أزياء المرأة وأصبحت مترفة ومعقدة. إليك بعض الأمثلة على أزياء المرأة في ذلك العصر:

الفساتين الضيقة: كانت الفساتين تكون ضيقة حول الخصر والصدر، مما يبرز قوام المرأة. وكانت التنانير تكون كبيرة ومنمنخة، وغالبًا ما تزين بتطريزات وزخارف.

خطوط العنق المربعة: كانت الفساتين تتميز بخطوط عنق مربعة تضفي طابعًا أنيقًا وأنتويًا على المظهر. وقد تزينت خطوط العنق بتقليمات وتطريزات¹.

¹ , 28/05/2023, 10:52. www.yoair.com

الأكمام الواسعة: كانت الأكمام تكون ذات أصداف كبيرة وواسعة، وقد تزينت بتقويرات وزخارف. كانت هذه الأكمام تعطي للمرأة مظهرًا مهيبًا وراقيًا.

الألوان والتطريزات: كانت الألوان المشهورة في تلك الفترة تتراوح من الألوان الفاتحة مثل الأزرق والأخضر إلى الألوان الداكنة مثل الرمادي والأخضر الداكن. وكانت هناك استخدامات كثيرة للتطريز بالخيوط الملونة والأحجار الكريمة لتزيين الملابس.

تصنيفات الشعر: كانت النساء يهتمن بتصنيفات الشعر المعقدة والمزخرفة. وقد استخدمن أقنعة الشعر والتطريزات والأشرطة والأزهار لتزيين شعورهن.

الحجاب وغطاء الرأس: في بعض المجتمعات، كان هناك تطبيق قيود على المظهر العام للمرأة وتم تحديد الحجاب وغطاء الرأس كأجزاء مهمة من الزي النسائي.

هذه بعض العناصر الشائعة في أزياء المرأة في عصر النهضة. يجب ملاحظة أن هناك تنوعًا في الملابس بحسب المنطقة الجغرافية.

في عصر النهضة، تطورت أيضًا ملابس الرجال وشهدت تغييرات وتنوعًا في الأساليب والموضة. إليك بعض العناصر الشائعة في ملابس الرجال في ذلك العصر:

الجاكيت والجبّة: كان الجاكيت (Doublet) والجبّة (Jerkin) من أبرز القطع في ملابس الرجال. الجاكيت كانت قصيرة وضيقة حول الصدر وترتدي فوق القميص، في حين كانت الجبّة أطول قليلاً وقد تزينت بتقويرات وزخارف.

السراويل: كانت السراويل (Breeches) تكون واسعة في منطقة الفخذ وتصبح ضيقة عند الركبة. كانت ترتدي مع جوارب طويلة تصل حتى الركبة.

القمصان: كانت القمصان تكون طويلة وتغطي الوركين، وكانت تصنع عادةً من القماش الخفيف مثل الكتان أو الحرير. كما قد تزين بتقليمات وزخارف على الياقة والأصفاة¹.

¹ (www.yoair.com, 10:52, 28/05/2023)

البدلة: بدأت البدلة في الظهور في عصر النهضة، وهي تتألف من ثلاث قطع رئيسية: سترة وسروال وجبة. كانت السترة تكون ضيقة وتزين بأزرار وتقويرات، في حين يكون السروال والجبّة واسعين.

الأحذية: كانت الأحذية في ذلك العصر تتميز بالأناقة والزخرفة. كانت الأحذية تصنع من الجلد وتكون مزخرفة بأنماط مختلفة وقد تصل إلى منتصف الساق في بعض الأحيان.

القبعات: كانت القبعات جزءًا هامًا من ملابس الرجال في عصر النهضة. تنوعت الأشكال والأنماط، بدءًا من القبعات المسطحة (Flat Cap) إلى القبعات المزخرفة بالريش والشرائط.

يجب ملاحظة أن هذه المعلومات تشمل نمطًا عامًا لملابس الرجال في عصر النهضة، وقد يكون هناك اختلافات في الموضة.¹

➤ أوروبا الغربية:

في عصر النهضة، تطورت الملابس في أوروبا الغربية بشكل كبير وأصبحت تعكس التغيرات الاجتماعية والثقافية التي كانت تحدث في ذلك الوقت. هنا بعض النقاط المهمة حول الملابس في تلك الحقبة:

المرأة: في بداية العصر الوسطي، كانت المرأة ترتدي ملابس بسيطة تتألف من صدرية وعباءة مستطيلة أو دائرية الشكل. ومع مرور الوقت، انتقلت الموضة إلى ارتداء فساتين ضيقة وطويلة في الجزء العلوي مع تنورة واسعة، وكانت تستخدم مجموعة متنوعة من الجوارب والقطع القماشية لتغطية الساقين. كما كانت ترتدي قناعًا لتغطية الوجه أو حجابًا لتغطية الرأس والعنق. وكانت هناك أيضًا العديد من الزينة والتفاصيل المزخرفة مثل الشرائط والتطريزات.

الرجل: في البداية، كان الرجال يرتدون ملابس واسعة، ولكن مع مرور الوقت اتجهوا نحو ارتداء ملابس ضيقة مثل السترات القصيرة التي تزينت بأحزمة فاخرة ومطرزة بالجواهر. كما كانوا يرتدون السيركوت، وهو رداء خارجي يشبه زي الجنود في تلك الحقبة، وكان يمكن أن يكون بدون أكمام ومختلف في الطول.²

¹ , 28/05/2023, 10:52. www.yoair.com

² بلعربي عبدالقادر، علاقة الطالبة الجامعية باللباس 'دراسة أنثروبولوجية بجامعة عبدالحميد بن باديس-مستغانم-'، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة عبدالحميد بن باديس، مستغانم، 2008-2009، ص 30.

التفاصيل والزينة: كانت الملابس في عصر النهضة مزينة بالعديد من التفاصيل والزخارف. استخدمت الشرائط الزخرفية والدانتيل والتطريزات لإضفاء لمسة فاخرة على الملابس. وكانت هناك أيضاً الأزرار التي أضيفت إلى الثياب الخارجية للرجال.

انتشار الموضة العالية: في القرن الرابع عشر، انتشرت أزياء الطبقة العليا وأصبحت وسيلة للتعبير عن الرفاهية والمكانة الاجتماعية. بدأت الأدوات المكملة للملابس مثل حقائب اليد والقفازات تلعب دوراً مهماً في زينة المرأة.

الهولاند: في نهاية القرن الرابع عشر، انتشرت موضة الهولاند وهي ثوب فاخر يرتديه الرجال والنساء ويتميز بتصميماته الفاخرة والمزخرفة.

باختصار، في عصر النهضة، شهدت الملابس تطوراً كبيراً وتنوعاً، وكانت تعكس ثقافة المجتمع والرفاهية التي عاشها الناس في ذلك الوقت. تم استخدام التفاصيل الفاخرة والزخارف لإضفاء لمسة جمالية على الملابس، وكانت هناك تغييرات في أشكال وأنماط الملابس لكل من الرجال والنساء

(5) اللباس في العصر الإسلامي:

تاريخ اللباس في العصر الإسلامي يمتد عبر قرون طويلة ويشمل مجموعة متنوعة من الأنماط والتصاميم التي تعكس التقاليد والثقافات المختلفة في العالم الإسلامي. هنا نظرة عامة على تطور اللباس في العصر الإسلامي:

العصور الأولى للإسلام: في العصور الأولى للإسلام (القرون السابعة والثامنة الميلادية)، كانت الملابس تعكس التأثيرات الثقافية والتقاليد العربية القديمة. وكانت الأزياء بسيطة ومتواضعة، مع التركيز على الحشمة والملاءمة. يرتدي الرجال الثوب الواسع (ثوب أو قميص طويل) والعمامة (قطعة قماش تلف حول الرأس)، بينما ترتدي النساء فساتين فضفاضة تغطي الجسم بشكل كامل¹.

¹ بلعربي عبدالقادر، المرجع السابق، ص30.

العصور الوسطى والعثمانية: خلال العصور الوسطى والعصور العثمانية (القرون التاسعة إلى السادس عشر الميلادية)، تأثرت الملابس بالتقاليد المحلية والثقافات الأخرى في الدول الإسلامية المختلفة. تطورت الأزياء لتشمل تفاصيل أكثر رقيًا وزخرفة فاخرة. وارتفعت درجة التعقيد في تصاميم الملابس، مع استخدام الأقمشة الفاخرة والزخارف المطرزة بالخيوط الذهبية والفضية. تم استخدام الألوان الزاهية والنقوش المعقدة لتزيين الملابس.

العصور الحديثة: في العصور الحديثة، شهدت الملابس الإسلامية تطورًا كبيرًا بما يتناسب مع التغيرات الاجتماعية والثقافية في العالم الإسلامي. ظهرت تصاميم جديدة تجمع بين العناصر التقليدية والعصرية، مما يتيح للأفراد التعبير عن هويتهم الثقافية والدينية من خلال مظهرهم. تطورت الملابس الإسلامية لتشمل العباءات والجلابيات والشيلات والطرح العصري، وتتنوع في الألوان والأنماط والقصات.

مع التقدم التكنولوجي والعولمة، أصبحت الملابس الإسلامية متاحة في أنحاء العالم وتحظى بشعبية كبيرة. توجد العديد من المصممين والعلامات التجارية المتخصصة في تصميم وتصنيع الملابس الإسلامية، والتي تتوفر بمختلف الأنماط والأذواق لتلبية احتياجات

الأفراد المختلفة في المجتمع الإسلامي.

في العصر الإسلامي، كانت الملابس تعكس التقاليد والقيم الثقافية والدينية في المجتمعات الإسلامية. هنا نظرة عامة على الملابس في هذا العصر للرجال والنساء:

للرجال:

الثوب: كان الثوب هو القطعة الأساسية في زي الرجل الإسلامي. وكان الثوب يتكون عادةً من قطعة واحدة كبيرة من القماش تلف حول الجسم، وتكون فضفاضة وواسعة. ويمكن أن يكون له أكمام قصيرة أو طويلة حسب التقاليد المحلية والثقافة.

العقالة: هي قطعة من القماش الملفوفة حول الرأس والشعر. تختلف تصاميم العقالة من منطقة إلى أخرى وتعكس¹

¹ صبيحة رشيد رشدي، الملابس العربية وتطورها في العهود الإسلامية، مؤسسة المعاهد الفنية، د.ب.ن، 1980، ص23.

التراث الثقافي المحلي.

الشماغ والغترة: في بعض الثقافات الإسلامية، يرتدي الرجال الشماغ والغترة، وهما قطعتي قماش يلفان حول الرأس والعنق. يستخدم الشماغ عادةً لتغطية الرأس، بينما يستخدم الغترة لتغطية العنق والكتفين.

الحجاب: يعد الحجاب جزءًا مهمًا من الزي النسائي في العصر الإسلامي. ويشير إلى تغطية الشعر والجسم بشكل محتشم وفقًا للتوجيهات الدينية. يمكن أن يكون الحجاب متنوعًا في التصميم والألوان ويختلف من ثقافة إلى أخرى.

العباءة: هي قطعة من القماش الواسعة والمناسبة لتغطية الجسم بشكل كامل. تستخدم العباءة لتوفير الحجاب والحماية والتحافظ على الحشمة.

الجلابية: تعتبر الجلابية ثوبًا تقليديًا للنساء في العديد من الثقافات الإسلامية. وهي قطعة فضفاضة وواسعة من القماش يتم لبسها فوق الملابس الأخرى، وقد تكون ذات تطريزات وديكورات جميلة.

تهدف هذه الأمثلة إلى توضيح بعض العناصر الأساسية في الملابس الإسلامية للرجال والنساء في العصر الإسلامي. يجب ملاحظة أن التصاميم والأنماط يمكن أن تختلف بشكل كبير بين المناطق والبلدان والثقافات المختلفة في العالم الإسلامي¹

¹ صبيحة رشيد رشدي، المرجع السابق، ص 23.

رابعاً: تاريخ اللباس في الجزائر:

تاريخ اللباس الجزائري يعبر عن ثراء التراث الثقافي والتنوع العرقي في البلاد. يمتاز اللباس الجزائري التقليدي بألوانه الزاهية وتفصيله الدقيقة، ويعكس تاريخ الشعب الجزائري وتطوره عبر العصور.

منذ العصور القديمة، كان للأمازيغ والعرب والترك والفرنسيين تأثير كبير على الثقافة الجزائرية، وتم تجسيد هذا التأثير في اللباس التقليدي. تتميز الألبسة الجزائرية بتنوعها الكبير من منطقة إلى أخرى، وتعبّر عن الهوية الثقافية والاجتماعية والجغرافية للشعب الجزائري.

تطرز النساء الجزائريات الألبسة التقليدية بأنماط فنية ونقوش جميلة تعبيراً عن الحرفية والذوق الفني للمجتمع. كما تُستخدم الألوان الزاهية والمشرقة للتعبير عن الفرح والاحتفالات، بينما يتم استخدام الألوان الأرضية والداكنة للتعبير عن العمل والحياة اليومية.

بالإضافة إلى ذلك، يعبر اللباس الجزائري عن الطقوس والتقاليد الدينية والاجتماعية في البلاد. يرتدي الرجال اللباس التقليدي خلال المناسبات الدينية والحفلات الرسمية، في حين يرتدي النساء الألبسة التقليدية في المناسبات الاجتماعية والأعراس.

باختصار، يعبر تاريخ اللباس الجزائري عن تنوع الثقافات والتراث الجزائري، ويعتبر جزءاً هاماً من الهوية الوطنية والتعبير الثقافي للشعب الجزائري

تاريخ اللباس الجزائري النسوي يعكس تطور الثقافة والتقاليد الاجتماعية للمرأة الجزائرية على مر العصور. يعتبر اللباس الجزائري النسوي جزءاً هاماً من الهوية الثقافية للنساء في البلاد ويعبر عن أنوثتهن وأنوثتهن.

في العصور القديمة، كان للمرأة الجزائرية الأمازيغية تقاليد خاصة باللباس تعبر عن هويتها وحالتها الاجتماعية. كانت ترتدي النساء الأمازيغيات تونيك تسمى "تناغليت" وتزينها بتطريزات ونقوش فنية. كما كانت تستخدم الألوان الزاهية والأقمشة الطبيعية مثل الحرير والصوف في تصميم الألبسة¹.

¹ بلعربي عبدالقادر، المرجع السابق، ص43،42.

بعد الاحتلال العربي للمنطقة، تأثرت الثقافة الجزائرية وبالتالي اللباس النسائي بالثقافة العربية. بدأت المرأة الجزائرية في ارتداء الجلباب والحجاب، وأصبحت الألوان المحايدة والمغطاة هي المفضلة. كما تأثرت التصاميم بالزخارف العربية والتطريزات الدقيقة.

وبعد الاستعمار الفرنسي للجزائر، ظهر تأثير الثقافة الأوروبية في اللباس الجزائري النسائي. ارتدت بعض النساء الجزائريات الفساتين الأوروبية والملابس الغربية، خاصة في المدن والمناطق الحضرية.

على مر العقود، تغيرت موضة اللباس الجزائري النسائي لتتلاءم مع التغيرات الاجتماعية والثقافية. في العصر الحديث، يمكن رؤية النساء الجزائريات يرتدين مجموعة متنوعة من الأزياء، بدءًا من اللباس التقليدي مثل الكراكو والكراكو والحنفية، إلى الملابس الغربية العصرية.

باختصار، يعكس تاريخ اللباس الجزائري النسائي تغيرات المجتمع والتأثيرات الثقافية المختلفة على النساء الجزائريات على مر العصور. يظهر التنوع والروح الإبداعية في تصاميم الألبسة الجزائرية، مع الاحتفاظ ببعض العناصر التقليدية التي تعبر عن الهوية والتراث الجزائري.

تراثها الثقافي

والتاريخي المتنوع، وتختلف الألبسة حسب المنطقة والثقافة المؤثرة ونوعية العادات اللباسية. يمكن تقسيم الألبسة الجزائرية النسوية وفقًا للمناطق التالية:

الألبسة المستغنامية.

الألبسة العاصمية.

الألبسة القبائلية.

الألبسة الأوراسية. الألبسة النسوية الوهرانية¹.

¹ (بلعربي عبدالقادر، المرجع السابق، ص43،42)

ألبسة الجنوب.

تمتاز كل منطقة بأنماط وتصاميم فريدة من اللباس الجزائري النسوي، وهي تشمل مجموعة متنوعة من القطع والتفاصيل المميزة. يمكن أن تتضمن الألبسة الوهرانية القمجة، الجلطيطة، الخباية، القفطان، والتكة السروال. أما الألبسة المستغانمية فتشبه الألبسة الوهرانية بشكل كبير وتشمل القفطان، الفريملة، الغليلة، والحبايا. بينما الألبسة العاصمية تشمل القنيدرة، سروال الزنقة، سروال البيت، والكاراكو. وبالنسبة للألبسة القبائلية، تتميز بالتنجندرة والأملحوف والتي تشتهر بتصاميم مزخرفة وألوان زاهية. أما الألبسة الأوراسية فتتكون من المخضة وتحبيبت وتشمل الحاف الأسود والوقعة والكتياف.

هذه بعض الأمثلة عن أنواع اللباس الجزائري النسوي حسب المناطق المختلفة. يجدر بالذكر أن هذه الأمثلة ليست شاملة، وقد يكون هناك تنوع وتفاوت آخر في أنماط اللباس حسب العادات والتقاليد الفردية والمحلية في كل منطقة

الحايك:

الحايك هو قطعة قماش بيضاء تغطي سائر جسد المرأة من الرأس إلى الرجلين. وقد كان يستخدم على نطاق واسع من قبل المرأة الجزائرية كثوب في العديد من المناسبات والحياة اليومية. يعتبر الحايك رمزًا للثقافة والتراث الجزائري، ويحمل دلالات ورموز المرأة العفيفة والأنوثة والحشمة في الموروث الشعبي.

وفيما يتعلق بالعروس، فإن ارتداء الحايك يعتبر جزءًا أساسيًا من تجهيزات العرس في الجزائر. فالعروس التي تزف من بيت أهلها إلى منزل زوجها من دون ارتداء الحايك يعتبر عرسها غير مكتمل وناقص. إن ارتداء الحايك في هذه الحالة يضيف على العروس سحرًا وجمالاً، ويعكس قيمة وقيم التقاليد والعادات الجزائرية.

على مر العقود، استمر الحايك في الحفاظ على مكانته كرمز تراثي للأزياء التقليدية الجزائرية، ولا يزال يعتبر أحد رموز تقاليد خروج العروس من بيتها في الجزائر. وبالرغم من التحولات التي شهدتها الموضة والأزياء للمرأة الجزائرية، إلا أن الحايك استمر في الحفاظ على مكانته ورمزيته¹.

¹ الحايك... ثوب تراثي عاصر تاريخ النساء في الجزائر، www.independentarabia.com، الثلاثاء 27 سبتمبر 2022

بشكل عام، يعتبر الحايك تعبيراً عن الهوية الجزائرية والثقافة الشعبية، ويفتخر به النساء الجزائريات في المناسبات الوطنية والدولية، حيث يتم ارتداؤه لتعزيز الروح الوطنية والانتماء إلى الثقافة الجزائري.

للحايك أنواع وأشكال

هناك أنواع وأشكال مختلفة للحايك في الجزائر. تختلف تسميتها من منطقة إلى أخرى. في وسط وشرق الجزائر، يسمى بالحايك، أما في مناطق الغرب فيعرف بـ "الكساء"، وفي بعض المناطق الجزائرية يطلق عليه "السفاري"، بينما في الجنوب يسمى "الملحفة".

تتنوع أشكال الحايك وأنواعه. هناك "حايك المرمة" وهو النوع الأرقى والأجود، وكان يرتديه الطبقة الميسورة في المجتمع، وكان يعتبر نوعاً من الرمزية والمدنية. يتم صنعه من الحرير النقي أو مزيج من الحرير والكتان أو الصوف.

أما النوع الثاني فهو "الحايك العشعاشي"، ويتم ارتداؤه بشكل عام من قبل النساء، ويتميز بأنه أبيض نقي مع تطريزات صفراء.

وهناك أيضًا "الحايك السفاري" الذي يرتديه نساء الشرق الجزائري. يعود أصل هذا النوع إلى لباس نساء الأندلس، وانتقل إلى شمال أفريقيا مع وصول اللاجئين الأندلسيين. يتم صنعه من الحرير أو القطن ويتوفر بعدة ألوان مثل الأسود والأبيض والأصفر، وفي الأصل كان يسود فيه اللون الأسود.

تشير الروايات التاريخية إلى أن الحايك الأبيض الناصع تأثر في تسمية عاصمة الجزائر، حيث أصبحت تلقب بـ "الجزائر البيضاء" *Alger la Blanche*، "تعدكسا لانتشار ارتداء الحايك بين الجزائريات خلال فترة الحكم العثماني في الجزائر.

هناك أيضًا العجار الذي يعتبر رقيقاً للحايك. يعود تاريخ الحايك والعجار إلى فترة المقاومة ضد الملك الإسباني¹

¹ (إيمان عويمر، المرجع السابق).

فيليب الثاني. واستمر الحايك والعجار في الصمود ومواجهة التغيرات الأزيائية على مر العصور، وأصبحت رمزاً هاماً في قسبة الجزائر ولباس نساءها¹.

وقد اندمج الحايك والعجار في الثقافة الجزائرية والأزياء التقليدية، وظلوا يحتفظون بمكانتهما وشعبيتهما حتى أواخر القرن العشرين عندما بدأت بعض النساء الجزائريات يتخلون عنهما تدريجياً بناءً على التغيرات الاجتماعية والثقافية

لباس مجتمع العينة:

حايك بوعينة: الحايك هو لباس تقليدي انتشر قديماً في ظل أنحاء الجزائر كانت تلبسه النساء أثناء قيامهن بالانتقال وحيدات لمسافات طويلة خارج منطقة السكن العادية، هذا اللباس لم يكن يتخذ طابعاً دينياً بل طان يلبس لاضفاء نوع من الستروفي المحيط الاجنبي (المناطق التي تقع خارج القرية). و يتميز الحايك باللون الابيض او باللون الابيض المائل للاصفر وهو قطعة من قماش حرير تكون مربعة الشكل، ليغطي جميع الجسم و الشعر و الوجه في نفس الوقت.

و كانت العروس الجزائرية لا تخرج من بيت اهلها لتتفرغ الى بيت زوجها الا بهذا اللباس التراثي التاريخي الذي كان ايضا جزءا لا غنى عنه و يختلف الحايك العادي عن حايك مجتمع العينة "ولاية بسكرة" بالتسمية و بطريقة اللباس و الذي تشتهر تسميته في منطقة العينة ب "بوعينة" و هو الحايك الذي تتميز بيه ولاية بسكرة و لازالت حاليا بعض المناطق تحتفظ به و تحافظ عليه كموروث ثقافي حيث تستعمله المرأة لتلف كامل جسمها حتى وجهها دون استعمال العجار، و ذلك بكشف سوى عين واحدة لرؤية الطريق هطذا سمي بالعينة نسبة الى العين الوحيدة التي ترى الطريق.

¹ (إيمان عويمر، المرجع السابق).

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

➤ أولاً: أولاً: تصورات الطالبة حول اللباس المنتشر
عبر منصة الانستغرام:

➤ ثانياً: استخدامات الطالبة للانستغرام و مدى تأثيرها

❖ الدراسة الميدانية ونتائجها:

1) عرض وتحليل نتائج الدراسة الأولية:

1-1 البيانات الشخصية لأفراد العينة

29-24	23-18	الفئة العمرية
18	12	عدد الطالبات
%60	%40	النسبة المئوية

جدول رقم (01): يبين الفئات العمرية للطالبات

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الفئات العمرية للطالبات محل الدراسة، حيث نرى أن نسبة الطالبات ما بين السن (23-18) قدرت ب40%، في حين أن نسبة الطالبات ما بين السن (29-24) فقد قدرت ب60%.

ومن خلال الملاحظة نبرر أن ارتفاع نسبة الطالبات في الفئة العمرية الثانية سببه أن الدراسة خاصة بطالبة ماستر وبذلك ستكون أغلب أفراد العينة من طالبات درجة ماستر، وهذا ما يقابله منطقياً السن من 24 سنة فما فوق.

1-2 تحليل بيانات المستوى المعيشي للطالبات:

مرتفع	متوسط	ضعيف	المستوى المعيشي
4	24	2	عدد الطالبات
%13.33	%80	%6.6	النسبة المئوية

جدول رقم (02): جدول يوضح المستوى المعيشي للطالبات

يبين الجدول أعلاه المستوى المعيشي للطالبات (ضعيف، متوسط، عالي)، حيث نلاحظ أن المستوى المعيشي للطالبات عند الخيار ضعيف قدرت بنسبة 6.6%، في حين أن نسبة 80% من مجموع الطالبات المستوى المعيشي لديهم متوسط، أما آخر نسبة والتي تمثل 13.33% فتمثل المستوى المعيشي العالي والذي يقابله 4 من العدد الإجمالي للطالبات محل الدراسة.

ويبرر ارتفاع نسبة المستوى المعيشي للطالبات عند "متوسط" نظراً لأن الدخل الفردي لأغلب أفراد المجتمع في نفس المستوى كذلك بالنسبة للتعليم و الصحة، ومن جهة أخرى فإن هذا راجع أيضاً إلى الجوانب الغير ملموسة التي تشكل الحياة البشرية، مثل الراحة، الأمان، الموارد الثقافية، الحياة الاجتماعية.

❖ تحليل بيانات الدراسة:

أولاً: تصورات الطالبة حول اللباس المنتشر عبر منصة الانستغرام:

يعتبر الفضاء الجامعي مكاناً جديداً ينضم إليه الطلاب والطالبات لمواصلة دراستهم وسعيهم للحصول على المعرفة. وكل طالب أو طالبة يحمل تصورات وتوقعات حول هذا الفضاء الجديد استناداً إلى طريقة الدراسة وتنظيم الحياة الجامعية، بالإضافة إلى الحياة الحضرية الجديدة التي سيواجهونها.

واحدة من الترتيبات والتحضيرات الأساسية التي يقوم بها الطلاب والطالبات هي اختيار اللباس المناسب لهذا الوسط الجديد. يعتبر اللباس جزءاً مهماً من الهوية الشخصية ويعكس أسلوب الحياة والانتماءات الاجتماعية. قد يكون للطلاب والطالبات رغبة في الظهور بمظهر يعكس جوانب معينة من شخصيتهم أو يناسب توقعات البيئة الجامعية.

يختلف اختيار اللباس من شخص لآخر بناءً على ذوقهم الشخصي واحتياجاتهم والثقافة المحيطة بهم. قد يكون الاهتمام بالمظهر العام وارتداء ملابس مرتبة ومهنية جزءاً من تجهيز الطلاب والطالبات للبيئة الجامعية. قد يختار البعض ارتداء ملابس أكثر رسمية وأنيقة للمحاضرات أو المناسبات الرسمية، في حين يفضل البعض الآخر أن يكون اللباس أكثر راحة وعفوية خلال الدراسة اليومية.

يجب الإشارة إلى أنه في بعض الثقافات والبلدان، يمكن أن تكون هناك قواعد أو توجيهات خاصة باللباس في الفضاء الجامعي، مثل ارتداء ملابس محتشمة أو احترام قوانين الزي المدرسي. لذلك، ينصح الطلاب والطالبات بالاطلاع على السياسات والقوانين المتعلقة باللباس في الجامعة التي ينضمون إليها للتأكد من الامتثال لها. في النهاية، يعتبر اختيار اللباس في الفضاء الجامعي قراراً شخصياً يعكس أسلوب الحياة والذوق الفردي لكل فرد، ويمكن أن يكون وسيلة للتعبير عن الهوية الشخصية والتكيف مع البيئة الجديدة.

حيث يتمحور موضوع المذكرة عن الانستغرام وثقافة لباس الطالبة لسنة 2023/2022 حول مدى تأثير الانستغرام على ثقافة الطالبة الجامعية وخاصة بما يتعلق بالازياء و الموضة فهو في الغالب من اهتمامات النساء التي اصبحت تعاصر شبابنا كما اصبحت جانبا مشرقا يرتكز عليه هندام الطالبة الجامعية , و من هنا نرتئي الى ان فئة الفتيات الجامعيات خاصة على غيرهنمن الفتيات الجزائريات لهن هوس خاص بالموضة المتاحة عبر منصة الانستغرام من خلال ما تعرضه و تروجه عليهن المؤثرات من ملابس مستوردة و محلية من خلال التأثير المبالغ فيه عكس الشباب الجزائري الذي مزال متعلق بالموضة و الازياء الغربية اكثر, و من هنا نرى ان للطالبات امن مجال الالبسة واسع حيث كل طالبة كيف تفكر و كيف تستخدم الانستغرام و كذلك التصورات التي تحملها عن الهندام المنتشر في الوسط الجامعي , فالطالبات بحد ذاتهن مختلفات من ناحية اللباس سواء المحجب او غير محجبة و من خلال هذا العمل الميداني سنتعرف اكثر حول الانستغرام و ثقافة اللباس المنتشرة بين الطالبات.

حيث أدلت إحدى المبحوثات (م.أ) حول تصوراتها عن لباس زميلاتها في الوسط الجامعي، أن اللباس عبارة عن "كل مرة يخرجو بلبسة جديدة و ستيل جديدة و ولاو متاثرين باللبسة نتاع الأجانب و أغلبية الوقت نشوفو لباس معندو حتى معنى يلبسو و يعاندو برك" من خلال ما صرحت به أن الطالبات يقمن بعملية التقليد و أن اللباس المنتشر حولها كله عبارة عن مرآة عاكسة للإنستغرام و المؤثرين فيه.¹ تصورات الطالبات الجامعيات حول ثقافة اللباس المنتشرة عبر منصة الإنستغرام قد تختلف من شخص لآخر، حيث يتأثر اختيار اللباس بالموضة والاتجاهات الحالية وأيضًا بالتأثيرات الثقافية والاجتماعية المحيطة.

قد ينظر الطالبات إلى حسابات الأزياء والموضة على إنستغرام للحصول على إلهام وأفكار جديدة للملابس والإكسسوارات والتجميل. قد يكون لديهن اهتمام بالتعبير عن أناقتهن والمظهر العام من خلال اختيار ملابس متنوعة وملونة ومواكبة أحدث صيحات الموضة.

من خلال منصة الإنستغرام، يمكن للطالبات الجامعيات مشاركة صورهن واستعراض ملابسهن وتجاربهن في الأزياء. يمكن أن تؤثر هذه التصورات في الثقافة المنتشرة حول اللباس بين الطالبات، حيث يتبادلن النصائح والمعلومات والتجارب فيما يتعلق بالموضة والأناقة.

يُعتبر موقع Instagram من وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام دافعًا رئيسيًا لتسليط الضوء على الفجوة بين الموضة اللباسية المترفة والموضة السريعة، وهو عامل أساسي ساهم في تغيير المشهد الثقافي والأزيائي. ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وانتشارها في السنوات الخمس الأخيرة، أصبح للمشاهير ومؤثرين مواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في تحديد اتجاهات الموضة.

المشاهير ومؤثرون التواصل الاجتماعي هم أشخاص يتابعهم الملايين حول العالم على مختلف منصات التواصل الاجتماعي. وعن طريق نشرهم لصور ومقاطع فيديو عن أزيائهم واطلالاتهم، يمكنهم التأثير على اتجاهات الموضة وإلهام الجمهور بمظهرهم واختياراتهم اللباسية.

وبالتأكيد، المؤثرات والفاشينيستا والايستا (اصطلاح يعني الشخص المهتم بالموضة وينشر محتوى عنها) يمكن أن يكون لهم تأثير كبير على الثقافة اللباسية وأسلوب الحياة العامة. فهم ينسقون ملابسهم بشكل متناسق ويختارون ملابس تعكس أناقتهم وذوقهم الشخصي. وبالتالي، يمكنهم تسويق السلع والخدمات وتقديم محتوى مختلف، سواء كان

¹ أجريت المقابلة مع م.أ، بجامعة محمد خيضر بسكرة، يوم 2023/03/15، 14:45.

غنائياً أو تمثيلاً أو غيره، ولذلك لقد كان لهم دور كبير في صناعة الإعلانات والتسويق، بناءً على عدد المتابعين لهم وشهرتهم.

ومن خلال نشر الصور والفيديوهات لأزيائهم وأنماط حياتهم، يقدمون إلهاماً للمتابعين وينشرون الوعي بالموضة والاتجاهات الجديدة. وقد تحولوا إلى مصادر رئيسية للمعلومات والإرشادات في مجال الأزياء والموضة، وذلك بسبب قدرتهم على التواصل المباشر مع الجمهور وتبادل الأفكار والنصائح. في الإعلانات؛ نظراً لعدد المتابعين لهم.

بينما اتفقت أغلب عينة الدراسة على قول: أن اللباس لا بأس به و هو مواكب لجينا و بالنسبة للانستغرام ففعلاً أصبح هو من التطبيقات التي تمنح اهتماماً للطالبات أي فئة الإناث مجال واسع من الأفكار سواء من ناحية الملابس أو أفكار أخرى كالمشاريع البسيطة فبالنسبة إليهم أصبح الانستغرام منصة للإناث فالانستغرام حيث قالت إحدهن "الانستغرام هو باب للمشاريع الصغيرة و المعروفة بصنع يدوي فالطالبة بوسعها البيع أو الشراء منه خلال التواصل والتصفح، فهذا التطبيق يدعو الطالبة على استخدامه بشتى الطرق و هناك عينات لديهن صفحات عبره للبيع من خلاله.

صحيح، تطبيق Instagram أصبح منصة مهمة للإناث ويوفر لهن مجالاً واسعاً للتعبير عن أفكارهن واهتماماتهن. يتيح Instagram للطالبات فرصة عرض ملابسهن وإطلاق مشاريعهن البسيطة، بالإضافة إلى تبادل الأفكار والمشاركة في صنع يدوي.

فمن طريق إنشاء صفحات خاصة بهن على Instagram ، يمكن للطالبات عرض منتجاتهن المصنوعة يدوياً وبيعها للجمهور. وبفضل الواجهة المستخدمة في التطبيق، يمكن للمستخدمات بسهولة التواصل مع العملاء وإدارة عمليات البيع والشراء.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام Instagram للحصول على الإلهام والأفكار الجديدة في عالم الموضة والمشاريع اليدوية. يمكن للطالبات متابعة صفحات أخرى ذات صلة والاستفادة من تجارب الآخرين واكتشاف اتجاهات جديدة.

وبهذه الطرق، يمكن اعتبار Instagram بوابة للمشاريع الصغيرة ومنصة تجارية للطالبات، حيث يتيح لهن فرصة لعرض إبداعاتهن والتواصل مع جمهور واسع من المهتمين بنفس الاهتمامات.

فسهلت مواقع التواصل الاجتماعي عملية الاطلاع على آخر مستجدات الموضة من صيحات و أخبار عنها كما أصبحت سبيلاً أساسياً للتسوق الإلكتروني أي عبر الانستغرام و فتحت آفاقاً جديدة للمستقبل، فبعد ظهور الانستغرام سنة 2010 و الذي اختاره العالم الموضة كمنصة أساسية له انقلبت المقاييس رأساً على عقب و باتت الموضة متاحة لكل من يزور هذه المنصة.

كما صرحت الطالبة (د.م)، أرى اللباس وسيلة صراع تكمن في من هي الأفضل ومن هي الأجل لكن في النهاية أراهم يتشابهون والفضل يعود للانستغرام و المؤثرات فيه لأنهم طبق الأصل سواء في اللباس أو في عقليتهم أو طريقة كلامهم فهو نفس الشيء لأنهم يتنافسون على الشكل و من تلبس الموضة المعينة و الجديدة هي الأولى كأنها أقدمت على أعظم إنجاز حتى مرات أتحدث بيني و بين نفسي "يبي كيفاه مدايرين"، ليس غير و إنما أتحصر على معاناتهم و خسارة نقودهم على شيء لن يتذكره أحد "واش لبستي البارح ولا وش راح تلبسي غدوة والله ماراح يشكروك و ماهمش راح يشفاو تخسار دراهم برك" بالنسبة ليا نقود اللباس ندير بيهم حاجة تنفعني".¹ ترى أن اللباس ينبغي أن يكون وسيلة للستر والنظافة الشخصية، وأن الاهتمام الزائد بالموضة والتأنيق قد يكون مضیعة مادية وتقليداً بدون قيمة حقيقية.

تسهر الطالبة بأن الانتباه المفرط للموضة قد يؤدي إلى تبديد المال والموارد على أشياء تصبح غير ذات قيمة بمجرد مرور الوقت، حيث تتغير الموضة بسرعة ويظهر أشكال وأنماط جديدة بشكل متكرر. وفي نظرها، يمكن أن يكون من الأفضل استثمار تلك الموارد في أمور تستفيد منها بشكل فعلي وتلبي احتياجاتها الحقيقية. مهما كانت وجهة نظرك في هذا الصدد، فإنها قضية شخصية وتعتمد على القيم والأولويات الشخصية. يجب عليك احترام وجهات النظر المختلفة والسعي لفهم وتقدير وجهة نظر الطالبة وغيرها من الأشخاص الذين يرون الأمور بطرق مختلفة

كما أكدت مجموعة من الطالبات حول تصوراتهم ب: تصوري عن لباس الطالبات يخالف ما اعتدت عليه فبصفتي طالبة جامعية جزائرية حيث ترعرت في وسط محافظ لا أستطيع مواكبة الموضة الدارحة في وسطي، فهي لا تمثلني بتاتا فأنا هنا لطلب العلم و فقط أما الأناقة فلها عالم مجال الأزياء "منيش جاية ندير عرض الأزياء ولا رايحة لعرس راني في الجامعة" و التزمي و تحفظي يعبر عن تربية أهلي و ثقنتهم بي .
بينما طالبة (ي،آ) أرى أن انتشار حجاب الموضة و المبرز للمفاتن نقص في التربية و حرية الأبوين، ومن هنا ندرك أنه الفئة الطلابية هذه لا يقبلون غير الحجاب الملتزم الذي يعبر عنهن بصفة الاحتشام والإتزان والرزان ويصفون أنفسهم ب"متريبات والحمدلله".²
فالنظرة لهندام الطالبات عبارة عن عرض للمفاتن و عرض للجسد و غايات أخرى فبالتالي يرون أن اللباس انعكاس على التربية و الشخصية الذاتية.

¹ (أجريت المقابلة مع د.م، بجامعة محمد خيضر -بسكرة، يوم: 2023/04/24، 08:55.

² (أجريت المقابلة مع ي.آ بجامعة محمد خيضر -بسكرة يوم 2023/05/04 على الساعة 14:34.

هي التستر. ترى أن الحجاب العادي، الذي لا يتزين بالزينة ولا يتصف بالتبرج، هو الخيار الأمثل للفئة العادية التي ترغب في الالتزام بالحجاب.

تعبّر وجهة نظرها عن رفض بعض الطالبات لهذا النوع من الحجاب، حيث يرون أن ارتداء الحجاب الشرعي مع تصرفات غير لائقة وزينة يشوه فكرة الحجاب الشرعي ويفقده قيمته. يعتقدون أن الحجاب الشرعي ينبغي أن يرتديه الأشخاص الذين يتصرفون وفقاً للثقافة والقيم الإسلامية الصحيحة، وإلا سيتم تشويهه واستغلاله. هذه التصورات تظهر التوتر والاختلاف فيما يتعلق بفهم وتطبيق الحجاب، وتوضح كيف يمكن أن يتأثر تصور الفرد عن الحجاب بسبب الظروف المحيطة والسلوكيات التي يشهدها في المجتمع. يعكس ذلك تنوع وتعدد الآراء والتجارب حول هذا الموضوع الحساس.

أما بالنسبة للطالبات الأخريات من مختلف التخصصات فيرون أنه بالنسبة لتصورات

وجد اختلاف كبير في وجهات نظر الطالبات بشأن اللباس وتأثير الانستغرام فيه. هناك من يرى أن اللباس الأساسي والأهم هو الستر والاحتشام، في حين يعتبر البعض الآخر اللباس زينة وموضة وعامل مساهم في رفع الثقة بالنفس وتعزيز الشخصية. يرون أيضاً دور الانستغرام في نشر ثقافة اللباس وربطها بصورة المرأة الناجحة والمستقلة، مما يعكس على أناقته وجمالها.

هذه التصورات المختلفة تعكس تنوع وثقافة الطالبات، وتبين أن اللباس لديه أبعاد متعددة ويمكن تفسيره بطرق مختلفة بناءً على الخلفيات الثقافية والقيم الشخصية لكل فرد. قد يكون الانستغرام له تأثير في تشكيل وجهات نظر البعض ومفهومهن للأناقة والجمال، ولكن يجب أيضاً أخذ بعين الاعتبار أن لكل شخص حرية اختيار اللباس الذي يعبر عنه ويشعر به بالراحة والثقة

لباس الطالبة المحجبة

أنواع الألبسة المذكورة هي من خلال ملاحظتي و المقابلات التي أجريت مع مختلف الطالبات

- الحجاب العصري و الذي بدوره ينقسم الى ثلاثة انواع:
- الحجاب العادي و الذي هو عبارة عن بنطالون سواء جينز او كلاسيك أي كتان مع قميص نوعا ما طويل (ليكات) و هذا غالبا ما ترتديه الطالبات و كل واحدة منهم تتسق على ذوقها.
- النوع الثاني و هو اللباس الكلاسيكي و الذي يخلو من سروال الجينز و يكون هندام انيق جدا عن غيره حيث يكون اما بدلة موحدة اللون مع خمار تركي او تكون سترة مع تنورة طويلة و هذا النوع من الحجاب له فئة معينة من الطالبات التي ترتديه حيث ترى انه يكسبها نوعا من الاحترام و انه هندام جامعي بامتياز.
- النوع الثالث و الذي يتميز بالطبعة الاميريكية و المتميز بسرواله المسمى ب boyfreind فهو سروال نسائي عالي الخصر ضيق بقصى جرس سفلية و مع غالبا سترة مكتوبة باسماء و احرف باللغة الانجليزية مع لفة

خمار ايضا امريكيتو تتميز بحمرمة راس امريكية و خمار منسدل على الكتفين و في الغالب ذا النوع من الحجاب ترتديه الطالبات الصغيرات في السن فهو نوع من الحجاب من الوهلة .الاولى لامتيزه انه حجاب حتى ترى الخمار .

• الحجاب الشرعي و الذي بدوره أيضا انقسم إلى:

-الحجاب العادي و المتكون من حجاب و خمار .

-الحجاب الشرعي المودرن والذي أثار ضجة مؤخرا وأصبح منتشر بكثرة وهو حجاب عادي مع أسدال ويكون عادة لون الحجاب مختلف عن السدال .

• الجلباب وهذا أيضا أثار ضجة في السنوات الماضية ويكون عادة تنورة مع اسدال طويل والاسدال يغطي اليدين والرأس معا .

• الحجاب الخليجي والذي يعتبر من أحدث صيحات الموضة وهو حجاب ثمل عباءة تكون غالبا ذات ألوان غير جذابة ومع لفة خمار يظهر منها شعر الرأس قليلا من الأمام وهذا الستايل انتشر بقوة والذي تغير من لفة الخمار التي كانت تضع مثل ما يميز الحجاب الخليجي بمظهره المميز حيث يتم رفع الحجاب لأعلى مما يلزم رفع الشعر عن طريق عمل كعكة من الشعر .

يوجد تأثير كبير لمواقع وصفحات الموضة على لباس المرأة العربية داخل الحرم الجامعي وفي الأماكن العامة وغيرها. قد يتحول الحجاب إلى نوع من الموضة والتقاليع، مفقداً معناه الشرعي وتحوله إلى زي إغراء وفتنة بدلاً من أن يكون عفة واحتشام. يتم ذلك بسبب تأثير وسائل الإعلام والمواقع والصفحات التي تنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي وتصبح مصدراً رئيسياً للمعلومات والتأثير على الشباب.

واقع الموضة الحالي يظهر أن العديد من المتحجبات اتجهن نحو اللباس العصري بأشكاله الجديدة والجذابة. تلك المواقع تعرض بالتفصيل مختلف الأنواع والابتكارات الخاصة باللباس البعيد عن الجذاب، وتشجع على متابعة أحدث صيحات الموضة والتغييرات في اللباس من حيث الألوان والتصميمات والأقمشة وكذلك الملحقات الزينة مثل الحقائق والمجوهرات. تهدف هذه الاتجاهات إلى تحقيق رغبة التميز وجذب انتباه الآخرين.

وبالفعل، توضح الأبحاث أن النساء أكثر ميلاً للتغيير والتجديد في ملابسهن ومظهرهن. تميل المرأة إلى إيلاء اهتمام كبير لمظهرها، وتقوم بإنفاق الكثير من المال على الملابس وملحقات الزينة ومتابعة آخر صيحات الموضة. هذا التأثير يتضح بشكل واضح في تغيير نمط اللباس وانتقال الفتاة المسلمة من الزي الإسلامي السليم إلى حجاب متبرج يساير الموضة ويلبس الطالبة غير المحجبة.

لباس الطالبة الغير محجبة:

لباس الطالبة الغير محببة يتنوع حسب الثقافة والأزمنة والمكان. قد يتضمن عدة أنماط وخيارات من الأزياء التي تعكس تفضيلات الشخص والموضة الحالية. لباس الطالبة الغير محببة يشمل أنواعًا مختلفة من الأزياء وقد يكون مشابهًا للموضة العامة.

من بين الأزياء الشائعة للطالبات الغير محببات:

➤ البنطلونات والجينز: قد يكون البنطلون أو الجينز هو الخيار الأساسي للعديد من الطالبات الغير محببات. يتوفر البنطلون بأشكال وتصاميم مختلفة مثل السكيني والمستقيم والواسع. يمكن تنسيقه مع قمصان أو تيشيرتات مختلفة.

➤ الفساتين والتنانير: الفساتين والتنانير هي خيارات أخرى شائعة للطالبات الغير محببات. يتوفر هذا النوع من الملابس في أشكال وألوان متنوعة، ويمكن تنسيقها مع جوارب أو أحذية مختلفة لإكمال الإطلالة.

➤ البلوزات والقمصان: البلوزات والقمصان تعتبر خيارًا شائعًا للطالبات الغير محببات. يمكن العثور على تصاميم مختلفة بأكمام قصيرة أو طويلة أو بدون أكمام، ويمكن تنسيقها مع البنطلونات أو الجينز.

➤ السترات والجاكيتات: السترات والجاكيتات تضيف لمسة أنيقة على الإطلالة العامة للطالبة. يتوفر العديد من الأنماط والألوان للاختيار من بينها، ويمكن استخدامها في فصل الشتاء أو لإضافة طبقة إضافية للإطلالة.

ثانياً: استخدامات الطالبة للانستغرام ومدى تأثير ثقافتها اللباسية حوله.

استخدام الطالبة لتطبيق Instagram يمكن أن يؤثر على ثقافتها اللباسية والفكرية بعدة طرق:

- التأثير بالمؤثرين والفاشنيستا: عندما تتصفح الطالبة حسابات المؤثرين والفاشنيستا، قد تتعرض لعرض مجموعة متنوعة من الأزياء والمنتجات. قد تتأثر بأسلوب المؤثرين وتقليدهم في اختيار الملابس وتنسيقها، مما يؤثر على ثقافتها اللباسية ويجعلها تفضل أنماطاً معينة.

- التعرف على اتجاهات الموضة: من خلال متابعة حسابات المؤثرين والفاشنيستا، يمكن للطالبة أن تكون على اطلاع دائم بأخر صيحات الموضة والأزياء. قد يؤثر ذلك على اختياراتها في اللباس وتفضيل أنماط معينة لمواكبة الموضة الحالية.

- التسوق عبر الإنترنت: من خلال تطبيق Instagram، يمكن للطالبة التعرف على العديد من المتاجر الإلكترونية والمحلات التجارية. قد يتيح لها ذلك فرصة الشراء عبر الإنترنت وتجربة ملابس جديدة ومنتوعة، مما يؤثر على ثقافتها اللباسية ويسهم في تجديد خزانتها ملابسها.

مع ذلك، ينبغي الإشارة إلى أن استخدام تطبيق Instagram ومتابعة المؤثرين ليس العامل الوحيد في تشكيل ثقافة الطالبة اللباسية والفكرية. هناك عوامل أخرى مثل العائلة والتعليم والبيئة المحيطة التي تؤثر أيضاً على اختياراتها وتشكيل ثقافتها الشخصية

حيث تتصفح الطالبة الجامعية كغيرها من افراد المجتمع للتطبيق الانستغرام بهدف الترفيه عن النفس و كذلك ماالذي يستهويها في هذا التطبيق هو المؤثرات عبره ' فصفحات المؤثرات في منصة الانستغرام على المستوى الوطني لا تعد ولاتحصى و في ولاية بسكرة فقط يتعدى عدد المؤثرات ثلاثين مؤثرة مشهورة و لكل منها محتوى و مضمون مختلف 'فصفحات الفاشينستا هي عبارة عن استعراض للمنتجات و مختلف الالبسة بكل انواعها والتي يروجون لها عبر التواصل مع المحلات او اصحاب ال(بوتيك اونلاين) اي متاجر الكترونية لعرضها عبر منصة الستوري او المنشورات فتصبح المؤثرة عبارة عنا عارضة محلية , فتلجا الفتيات للتطلع و التعرف على المنتجاتالمعرضة بحثا عن اجدد و اجمل الالبسة عند مختلف المؤثرات فاصبح التعامل مع الانستغرام و المؤثرات فيه عبارة عن سوق تتجول فيه براحتها و كذلك تصل لها الالبسة الى باب المنزل عبر خاصية التوصيل

حيث صرحت أغلب عينة الدراسة حول: اعتبر الانستغرام من أفضل التطبيقات التي تساعدني في اختيار نمط لباسي فمن مرحلة الإعجاب بلباس المؤثرة انتقل للمحل الذي قامت بعملية الطاق # "أي قامت بالتصريح عن المحل الذي ابتاعت منه الملابس و كذلك المحلات أصبحوا يستعينون بالمؤثرات لبيع سلعهم من خلال الترويج عنها، وعن تجربة شخصية هناك محلات يعلنون عن اللباس في الصباح تذهيبين في المساء يقول لك "اتباعت" و هذه قوة التأثير من خلال الانستغرام و أنا شخصيا عندما أريد فكرة معينة للباسي مهما كانت المناسبة "خلي نضرب طلة على الانسطا نشوف كشما جابو جديد" .

إن تطبيق Instagram يلعب دورًا هامًا في مساعدة الطالبات في اختيار نمط اللباس والتسوق. تظهر التعليقات أن الطالبات يعتمدن على محتوى المؤثرين والفاشينستا في اتخاذ قرارات الشراء واختيار الأزياء. كما يشير البعض إلى أن المحلات التجارية تستخدم المؤثرين للترويج للمنتجات وجذب العملاء.

توجد قوة تأثير قوية لمنصة Instagram في تحديد اتجاهات الموضة وتحفيز الطالبات على اتباعها. عندما يحتاجن إلى فكرة للباس خاصة بمناسبة معينة، فإنهن يلجأن إلى Instagram للاطلاع على ما يرتديه المؤثرون والفاشينستا والتأثيرات المختلفة.

ومن الملاحظ أن الأطراف المعنية، بما في ذلك المحلات التجارية، يدركون أيضًا هذا التأثير ويستفيدون منه من خلال استخدام المؤثرين في الترويج لمنتجاتهم وزيادة مبيعاتهم.

يجب الإشارة إلى أن هذه الآراء تعبر عن تجربة شخصية لعينة محددة وقد تختلف آراء الأفراد الآخرين. من المهم أن يكون للطالبات ولجميع المستخدمين وعقولهم وحكمتهم الخاصة عند اتخاذ قراراتهم الخاصة باللباس والتسوق وأن يتمتعوا بالقدرة على تحليل المعلومات واختيار ما يتناسب معهم ومع قيمهم الشخصية.

بينما أدلت إحدى المبحوثات (ج.و) أرى أن اللباس يعكس نفسياتي و نفسية كل طالبة فأنا أعرف و اميز كل طالبة من خلال لباسها سواء تعيش في المدينة أو تعيش في القرية أو "خباشة" أي ممتازة في دراستها أو حالتها المادية جيدة أو لا حتى من اللباس الذي يظهر عادة "اوريجينال ولا مش اوريجينال" ' والتي طبق الأصل من الانستغرام و كذلك أميز اللباس على أنه مستوحى من الانستغرام وأوانه اختيار شخصي و كما قلت سابقا اللباس يفسر شخصية الطالبات من جميع ومختلف النواحي الثقافية و الاجتماعية و المادية، هذا ما يسهل علي اختيار زميلاتي حسب مواصفاتي و شخصيتي و تصوراتي حول اللباس من الانستغرام، نعم فأنا شخصيا استوحي أفكار هندامي من الانستغرام سواء من مؤثرات في ألوان أو خارج الوطن أو في الولاية و كذلك وظيفة التوصيل سهلت علي الشراء.¹ يبدو أن لباس الطالبات يلعب دورًا هامًا في تعبيرهن عن نفسيتهن ومحيطهن الاجتماعي والثقافي والمادي. يمكن للباس الشخص أن يعكس مختلف جوانب حياته وذلك من خلال اختيار الأنماط والألوان والتصاميم المستوحاة من Instagram ومن مؤثرات الموضة الأخرى.

يبدو أن استخدامهم لتطبيق Instagram يلعب دورًا مهمًا في اختيارهم للأزياء واستلهام الأفكار والتصاميم من المؤثرين والموضة المعروضة على المنصة. قد يسهل ذلك عملية اختيار الزميلات اللاتي يتوافقن مع ذوقها وشخصيتها وتصوراتها حول اللباس.

هذا يبرز أهمية تأثير منصات التواصل الاجتماعي مثل Instagram في توجيه اهتمامات الأفراد وتأثيرها على اختياراتهم في الموضة والأزياء. يمكن لخاصية التوصيل أيضًا أن تسهم في تسهيل عملية الشراء وتوفير الوقت والجهد.

كما أدلت بعض المبحوثات عن أن اللباس وسيلة صراع من هي الأفضل ومن تلبس الأثمن أو اللباس عاديًا ومن هي الأجل لكن في النهاية أراهم يتشابهون و خاصة الفضل يعود للانستغرام لانهم يتنافسون على الشكل و من تلبس الموضة المعينة لكن الانستغرام أصبح مسطرًا على أدمغة الطالبات و اللباس الدارج كله تعتبره أناقة لكن هي لا تلبس أو تتصرف على طبيعتها فهي هنا تحت الضغط الذي تحاول من خلاله على الحصول بأي طريقة على الملابس و التأنق لكي تبدو بأفضل حالة صحيح أن اللباس قد يكون وسيلة للصراع والتنافس في بعض الأحيان. قد يوجد ضغط اجتماعي على الطالبات لمواكبة الموضة وارتداء الملابس الأكثر تحديثًا وأناقة والتي يروج لها عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل Instagram.

¹ (أجريت المقابلة مع ج.و في جامعة محمد خيضر -بسكرة بتاريخ 2023/05/9 على الساعة 12:23.

يمكن للانستغرام أن يؤثر بشكل كبير على تصورات الطالبات حول الأناقة والموضة، حيث يعرض صور ومحتوى يشجع على الاهتمام بالمظهر الخارجي والاعتماد على الموضة المعروضة. يمكن أن يسبب هذا الضغط والمنافسة الرغبة في الحصول على الملابس والظهور بأفضل حالة ممكنة.

كما صرحت إحدى المبحوثات بقولها "تعرف روجي نموت و منجيش للجامعة مبهدة حابة يضحكو عليا". فهو كما ذكرنا سابقا أن اللباس يعكس على نفسية الطالبة، و بدوره أيضا على شخصيتها فهي تشعر من خلال اللباس أن لها مكانة مميزة و مختلفة وتعتبر أناقتها الخارجية هي الواجهة التي تواجه بها زميلاتها. يبدو أن الطالبات يمكن أن يشعرن بالقلق من تقدير الآخرين ومعاملتهم على أساس مظهرهم الخارجي واللباس الذي يرتديونه. يمكن أن يكون هناك ضغط على الطالبات لأن يكون لديهن مظهرًا متميزًا وعصريًا يعكس شخصيتهن ويحقق توقعات الآخرين.

في هذه الحالة، يمكن أن يلعب الانستغرام دورًا في تعزيز هذا القلق والضغط، حيث يتيح للأشخاص عرض الأناقة والموضة والتنافس على الشكل والمظهر الأفضل. ومن الممكن أن يعتبروا الأناقة الخارجية هي العامل الحاسم في تحقيق الانطباع الأول والحصول على التقدير والاحترام من الآخرين.

أنواع لباس الطالبة الجامعية المستوحى من الانستغرام

لباس الطالبة الجامعية المستوحى من الانستغرام يشمل مجموعة متنوعة من الأنماط والملابس. هناك العديد من الاتجاهات والموضات التي يمكن أن تكون مستوحاة من الانستغرام وتشتهر بها الطالبات الجامعيات. بعض أمثلة أنماط اللباس التي يمكن أن تكون مستوحاة من الانستغرام تشمل:

- الأزياء العصرية: تشمل الملابس العصرية والموضة الحديثة مثل البلوزات القصيرة والجينز الممزق والفساتين ذات القصات الحديثة.
- الأناقة الكلاسيكية: تشمل الملابس الكلاسيكية والأنيقة مثل البلوزات المحافظة والتنانير الطويلة والفساتين ذات القصات التقليدية.
- الأنماط العرقية والثقافية: تشمل الملابس المستوحاة من ثقافات وتقاليد مختلفة حول العالم، مثل اللباس الصحراوي الذي تتجول به طالبات الإقامة الصحراويات
- اللباس الرياضي والكاجوال: يشمل البنطال الرياضي والتيشيرتات والجاكيتات الرياضية والأحذية الرياضية التي تعكس الاتجاهات الحديثة في الموضة الرياضية.
- اللباس الفاخر: يتضمن الملابس والأزياء ذات العلامات التجارية الشهيرة والمصممين المشهورين التي تعكس الرفاهية والأناقة.

بينما انه تم توظيف أداة الملاحظة بالمشاركة فاعلمت ملاحظتنا كانت تشمل الطالبات المحجبات فهم الذين وقعوا تحت التساؤلات المختلفة أما الطالبة الغير المحجبة لها ستايل و أسلوب معين في اللباس فمن 30 طالبة هناك أربع طالبات غير محجبات فبالتالي يكون التركيز الغالب على أنواع الألبسة هي أنواع لباس الطالبة المحجبة و بما يختلف لباس المحجبة عن غير المحجبة لا بد أن العوامل الطبيعية تؤثر في نوع اللباس فتغير المكان و درجات الحرارة يستلزم البسة تتلاءم مع المتغيرات و خصائص المكان المتواجد فيه، فالطالبة الجامعية سرعان ما تصطدم بجملة من التصرفات و العادات اللباسية الجديدة، فذا الطالبة المتمسكة بالزي التقليدي أو اللباس المفروض عليها من قبل العائلة او القبيلة التي أتت منها و لقد شغل الجمال و الأناقة اهتمام الكثير من النساء فمعظمهن يفضلن المظهر اللائق و الصورة الجميلة حتى و هن محجبات كما تريد أكثرية النساء و خاصة الفتيات التحضر و طلب العصرية و إتباع الموضة و توجهن نحو حياة أكثر تحضرا في زي إسلامي مقبول دون المساس بالمبادئ الشرف و العفة و الستر.

و صرحت بعض الطالبات عن أنواع الحجاب التي يرونها في الوسط الجامعي أنني أرى أن موضة الحالية المنتشرة "سروال بويفراند سروال لارج (عريض)،" بالنسبة للباس المنتشر في الجامعة كل واحده كيفاه تلبس كاين لي تلبس حجاب طويل و كاين عادي و كاين لي تحب السروال و انا الأكثر ل ي لفتلي نظري سروال بالنسبة للباس المنتشر في الجامعة كل واحد كيفاه كاين لي تلبس حجاب طويل عادي وكاين لي تحب سروال أنا واش راني نشوف ولاو يلبسو سروال بويفراند ولارج ياسر هذا لي منتشر و متواجد في المحلات.

أما الحجاب العصري لا يعتبر حجاب أصلا ولا يمثله بصرح مزال كاين بنات يديروا الحجاب الشرعي بطريقة الصحيحة.

لبنات ولاو يلبسو سروال عراض و أقمصه ياسر أنا نشوف هذا لباس قريب لملايس ذكورية والحجاب العصري ولا غير محترم مثلا الخمار كرقبة مكشوفة و الشعر بيان ونص اديها بيان اما الحجاب الشرعي هو ثاني راه فطريق تغيير ايادي مكشوفة مع مكياج ضفار لاصقين.

لباس الموضة و اللباس القصير و نصف حجاب (ليكات و سروال شوميز قصير مع سروال مزير سروال عريض و تريكو مزير و قصير خمار مزير على الرقبة تبيان تفاصيل الرأس.....) أما عن نظرتي للحجاب العصري نظن انو زاد علي حدو شوي ولينا نشوفو أشكال و موضة غريبة نوعا ماتناسبناش كمسلمين بصراحة اما علسى الحجاب الشرعي لي راهو متداول بقوة هذي الفترة و لي انا اعتمدو مؤخرا شكلو روعة و ساتر للبدن و يخليك تباي محترمة و الأهم من ذلك مريح.

نلاحظ من خلال التحليل أن أكثر المبحوثات اللواتي لم تتغير نظرة الآخرين إليهن بعد ارتداء الحجاب من المبحوثات اللواتي ترتدين حجاب غير شرعي، لأن مظهر هن أو شكل لباسهن لم يختلف كثيرا عن شكل اللباس

الذي كن ترتديه قبل ارتداء الحجاب، وذلك لأن لباسهن لا يتوفر على المواصفات الشرعية، فهو لباس عادي يمكن للغير محجبات أن تلبسه أما بالنسبة للفئة التي تغيرت نظرة الآخرين إليهن أكثر، وأصبحوا ينظرون إليهن نظرة احترام من المبحوثات اللواتي ترتدين حجابا شرعيا لأن شكل لباسهن تغير تماما عن الشكل الذي كن ترتدينه قبل ارتداء الحجاب، فقد أصبح شرعيا يتوفر على كل المواصفات الشرعية، ولهذا تلقين الاحترام من قبل الآخرين، وفي هذا تقول إحدى المبحوثات: بعد ارتداء الحجاب زاد احترام وتقدير الآخرين لي... وتضيف أخرى: " أصبح الشباب لا يضايقونني في الشارع..." أما بالنسبة للفئة التي ترتدي حجابا غير شرعي. فقد أعجب الآخرين بلباسهن لأنه بينما هناك فئة لم تتقبل هذا النوع من الحجاب تقول شهو الدين. جميل وأنيق يتخذ أحيانا شكل الموضة، وهي بعيدة كل البعد عن اللباس الشرعي فقد يعتبره الآخرين مجرد تغيير للمظهر، وفي هذا السياق تقول إحدى المبحوثات: "... لأن بعض النساء ترتدين الحجاب للتقليد فقط، لكونه جميل وتغيير للمظهر (LOOK) نلاحظ أن المبحوثات اللواتي ترتدين حجابا غير شرعيا هن اللواتي ترتدين

حجابا من قطعتين أي على شكل سروال كلاسيك وليكات أو سروال جينز وليكات أو تنورة كلاسيك وليكات أو تنورة جينز وليكات، لأن هذه الألبسة غالبا ما تفقد المواصفات الشرعية، فالأقمصة الطويلة أو ما يسمى "ليكات" تفصل شكل الجسم، وغالبا ما تكون ضيقة، وأحيانا قصيرة لا تصل إلى الركبتين.

إذ كانت الكثير من المتحجبات تفضلن هذا النوع من اللباس لأنه يخضع للموضة، خاصة وأن هناك تصاميم جميلة ومتنوعة لكل الأعمار تناسب المرأة سوا طالبة أو موظفة، وهناك من المتحجبات من كن ترتدين اللباس الشرعي الذي يتوفر على كل المواصفات الشرعية، ولكن مع ظهور موضة الحجاب تخلين على هذا النوع من اللباس ولجان إلى الموضة لمسايرة العصر، فتخلين عن الجلابة أو الجلاب الذي يغطي كامل الجسد واستبدلوه بالتنورات والسراويل والأقمصة (ليكات).

وفي هذا السياق تقول إحدى المبحوثات إن حجابي ليس شرعيا، فإني بصعوبة حتى أجد لباسي على مستوى من السترة بجمال وأناقة، ولأن اللباس الجميل والأنيق غالبا ما يكون ضيقا أو قصيرا يخضع في أغلب الأحيان إلى الموضة التي تبرز أعضاء الجسم ولا تسترها.

أما المحجبات اللواتي ترتدين حجابا شرعيا، تتبعن أحيانا الموضة ولكن مع مراعاة المواصفات الشرعية، ولكن أغلبهن لا تتبعن الموضة، وترى هذه الفئة من المتحجبات أن الموضة لا تناسب الحجاب الشرعي، وفي هذا تقول إحدى المبحوثات: إن الموضة في يومنا هذا هي عرض للأجسام غير مستورة، كاشفة تعارض الدين والتقاليد"، وتضيف أخرى: لأن اللباس الحالي ضيق إذا كان طويلا، و قصيرا إذا كان فضفاضا"

ويعتبر لباس المتحجبات اللواتي ترتدين حجاب غير شرعي بعيدا كل البعد عن الحجاب الشرعي، وخاصة مع خضوعه للموضة، فهو يشبه كثيرا لباس المتبرجات ولا يختلف إلا في وضع الخمار، وتعتبر الفئة التي ترتدي هذا

النوع من اللباس أن لباسها مستور أو شرعي لأنه يغطي الشعر والجسد بغض النظر عما إذا كان ضيقاً أو قصيراً أو شفافاً، ويختلف معنى السترة عند هذه الفئة، والتي تمثل لديها تغطية الشعر بالدرجة الأولى، ففي هذه الحالة هؤلاء المبحوثات تضعن الخمار وليس الحجاب، لأن لباسهن لا يتوفر على المواصفات الشرعية، أما بالنسبة للفئة التي ترتدي حجاب شرعي، فبالرغم من إرتداء اللباس الواسع و الفضفاض، الذي لا يبرز أي عضو من أعضائها، غير أنها تعتبر لباسها مستور لأنهن ترغبن في أن يكون حجابهن أكثر سترة، وذلك بأن يغطي الخمار كامل الصدر، أو أن ترتدين الجلباب الذي ينسدل من الرأس ليغطي كامل الجسد. هذه الفئة من المتحجبات ترى بأنه يمكن أن يخضع الحجاب إلى الموضة إذا كان أنيقاً ومحتشماً، فلا مانع من ارتداء الشالات الجذابة، وليكات جميلة إذا سترت الجسد وغطت الشعر، وفي الحقيقة هذه الموضة لا تتوفر على المواصفات الشرعية فقط، وإنما تحمل مواصفات اللباس الغربي الذي يعبر عن الثقافة الغربية، علماً بأن الموضة ظهرت أولاً في المجتمعات الغربية، ثم انتقلت شيئاً فشيئاً إلى مجتمعاتنا العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، الذي أصبح يبيث أشكالاً جديدة للحجاب على موقع الانستغرام من خلال الانفلونسرز، وهذا ما أكدته الكثير من المبحوثات إذ اعتبرن أن لجوء المحجبات للموضة كان تقليداً للحجاب الذي يعرض على الانستغرام، خاصة وأن هذه الفئة التي تلجأ إلى الموضة ارتدت الحجاب في سن مبكرة، وأغلبها تمثل فئة الشابات اللواتي تصادفن الدعوة لارتداء الحجاب، وتشجيعهن من خلال الأشكال الجذابة والجميلة التي تعرض على المواقع الالكترونية من خلال الانستغرام عن طريق الانفلونسرز بكثرة، والتي تلقى متابعة الكثير من المبحوثات اللواتي لجان إلى ذلك الشكل الجديد والعصري، الذي يعرض خاصة على الانستغرام وظهور المؤثرات متحجبات من خلاله أيضاً، فإن الحجاب الذي يراعي فطرة المرأة في أن تبدو جميلة حتى وإن كانت متحجبة والبعيد كل البعد عن أهداف ومقاصد الحجاب ببعده عن مواصفاته الشرعية، ولهذا تلقى المتحجبات اللواتي ترتدين حجاباً غير شرعي تبدي الإعجاب لأن لباسهن يزيد من جمالهن وجاذبيتهن، فقد يعتبر ذلك اللباس مجرد تغيير للمظهر من خلال الانستغرام.

نلاحظ من خلال التحليل أن أكثر المبحوثات اللواتي لم تتغير نظرة الآخرين إليهن بعد ارتداء الحجاب من المبحوثات اللواتي ترتدين حجاب غير شرعي لأن مظهرهن أو شكل لباسهن لم يختلف كثيراً عن شكل اللباس الذي كن ترتديه قبل ارتداء الحجاب، وذلك لأن لباسهن لا يتوفر على المواصفات الشرعية، فهو لباس عادي يمكن للغير محجبات أن تلبسهنه أما بالنسبة للفئة التي تغيرت نظرة الآخرين إليهن أكثر، وأصبحوا ينظرون إليهن نظرة احترام من المبحوثات اللواتي ترتدين حجاباً شرعياً لأن شكل لباسهن تغير تماماً عن الشكل الذي كن ترتدينه قبل ارتداء الحجاب، فقد أصبح شرعياً يتوفر على كل المواصفات الشرعية، ولهذا تلقين الاحترام من قبل الآخرين، وفي هذا تقول إحدى المبحوثات : بعد ارتداء الحجاب زاد احترام وتقدير الآخرين لي.... وتضيف أخرى : أصبح الشباب لا يضايقونني في الشارع...". أما بالنسبة للفئة التي ترتدي حجاباً غير شرعي. فقد أعجب الآخرين بلباسهن لأنه

من قبل الآخرين، وفي هذا تقول إحدى المبحوثات: بعد ارتداء الحجاب زاد احترام وتقدير الآخرين لي... وتضيف أخرى: "أصبح الشباب لا يضايقونني في الشارع"... أما بالنسبة للفئة التي ترتدي حجابا غير شرعي. فقد أعجب الآخرين بلباسهن لأنه جميل وأنيق يتخذ أحيانا شكل الموضة، وهي بعيدة كل البعد عن اللباس الشرعي، فقد يعتبره الآخرين مجرد تغيير للمظهر، وفي هذا السياق تقول إحدى المبحوثات: "... لأن بعض النساء ترتدين الحجاب للتقليد فقط، لكونه جميل وتغيير للمظهر (Look).

تعلقت المرأة بالموضة منذ القديم، فقد كانت في أول ظهور موضة اللباس تقلد البرجوازيات والنساء اللواتي تنتمين إلى الطبقة الأرستقراطية الغنية، فعندما تظهرن بثياب جديدة، تسعى النساء الأخريات إلى اقتناء نفس الثياب، فعندما ظهرت زوجة (شارل) (السادس وهي ترتدي غطاء رأس به، قرنان تسابقت النساء في ارتداء لباس الرأس من هذا النوع.

ولما ارتدت إحدى الملكات في فترة الحمل ثوب يخفي ضخامة بطنها، سرعان ما انتشرت موضة هذا الثوب في ذلك العهد، والأمر نفسه يتعلق بنجمات السينما، فعندما تظهرن أشهر الممثلات بأزياء مبتكرة، فإن كل فتاة ترغب في أن يكون عندها زيماثل، خاصة وأن من طبيعة المرأة جذب الانتباه وإثارة الإعجاب، ولذلك فهي تلجأ إلى التزيين والتجمل لإشباع كل هذه الرغبات بتغيير مظهرها من حين لآخر بالجوء إلى كل ما هو جديد، وجذاب، وكثيرا ما تخضع لسيطرة الموضة، فتطيعها طاعة عمياء لدرجة الظهور بمظهر سخيף أحيانا، لأنه من خصائص الموضة إظهار الأشياء غير لائقة بمظهر حسن، فيبدو كذلك للجميع تتبع المرأة الموضة بحذافيرها، لكي لا تشعر بالنقص في أنها أدنى مستوى من الأخريات، أو أنها متخلفة عما هو جديد وعصري، لأن الموضة عند شيوعها يتعود عليها الجميع، ويظهر من يخالفها بشكل غير مألوف.

من خلال مقابلتنا و ملاحظتنا نلاحظ أن الظروف المادية لها دور في التقنن في اللباس أي أن هناك طالبات يلدان للحجاب الشرعي كي يخففن التكاليف الخاصة باللباس، بينما كالبنيات و اللواتي أغلبهن من الطبقة المتوسطة و العالية يرجون دائما التميز فأغلبهن يرتدين إما حجاب عصري أو غير محجبات يرتدين ما يرغبن فالعائد هنا هو الجانب المادي سواء من ناحية دخل العائلة أو إذا كان لديها هي دخل خاص من هواية أو عمل خاص و صرحت احد المبحوثات ب"أنا أحب التميز وأحب اللباس الجديد فهو كطاقة متجددة بالنسبة لي لكن بصراحة أنا لست فقيرة لكن ساعات يكون سعر اللباس فوق طاقتي فلا اشتريه لكن في اغلب الأحيان اجمع مصروفي أو أطلب من أبي النقود و اشتري كل مرة قطعة حتى يتجمع لدي طقم كامل من الخمار للحذاء".

وأدلت مجموعة طالبات " أن اللباس لا يؤثر كثيرا على الحالة المادية لأنه لديه أوقات و مناسبات معينة لكن موازنة الوقت و الظروف المادية لي و اشتري ما يلزمني و لست مضطرة للشراء إذا لم أكن أملك النقود أو القدرة لذلك صرحت احد المبحوثتين انه لا يهم سعر الملابس قدر ما تهم إذا كانت نوعية اللباس جيد و فريدة من نوعها

المهم أن اشتري الملابس "الشوبينغ يرد الروح"، فالمادة لا تؤثر كثيرا فبالنسبة لي لباسنا نحن النساء بالطبع الجودة العالية أرخص من لباس الرجال بمراحل فاشتري أكثر من مرة ممكن في الشهر.

تعتبر المبحوثة أن اللباس هدر للمال كما ذكرنا سابقا و حالتها المادية لا تسمح لمواكبة الموضة اشتري حجاب و خمار موضة بسية و "تلبو ونعاودو" لانه اللباس لا يعنيلي قدر ما تعنيلي أهمية الستر و النظافة. كما أدلت مبحوثات اخريات انا اشتري الملابس و اقسماها مع اختي فهي طالبة جاعية أيضا هي شهر تشري لبسة و انا الشهر القادم و نتبادل الملابس لكي لا نهدر المال و نلبس دائما الجديد مع الموضة فهذا ساعدني على دائما الحضور بمختلف الألبسة.

يعرف المؤثر بمتابعة الناس له بالآلاف أو حتى بالملايين على حسب قوة محتواه و شهرته ويختلف محتوهم باختلاف اهتماماتهم وتوجهاتهم وميولهم الذاتية، فنجد أن المتابعين لهم يثقون بهم و في تقديمهم للمنتجات و السلع أو خدمات في شركات التسويق المنتجات مقابل مدفوعات وهدايا، فالمؤثرة بصفتها فتاة فتحاول إثبات نفسها من خلال محتواها و البحث على فئة مستهدفة وبالطبع تكون هذ الفئة فتتها أي النساء عموما، وتحاول إقناعها بأهمية محتواها وما تعرضه عليهن، فأن تكون مؤثراً يعني أن تكون لك قدرة على التأثير في وجهات نظر وسلوكيات واختيارات الآخرين بشكل مباشر والحفاظ على ذلك في نمط الحياة. لا يمكن أن ننكر أن وسائل التواصل الاجتماعي وتحديدًا موقع انستغرام يؤثر اليوم بشكل واضح في لا وعي المتابعين وتبلور أفكارهم وسلوكهم وآراءهم من دون أن يشعروا بذلك، وبما أننا تطرقنا لدور المؤثرة في استهلاك الطالبة للانستغرام فهي ستبحث عن مجالات اهتمام هذه الفئة من ناحية المنتجات الخاصة باللباس أو منتجات العناية بالنفس هي تحاول وجود الثغرة التي توصلها للفئة التي تريد البيع لها و من المتضح انه الفئة التي يعمل معها المؤثرات أثرهن الطلبة على جميع المستويات من خلال الإعلانات و التسويق للملابس و المنتجات التبرج و الإكسسوارات... الخ و بهذا قد تكون علاقة بينها و بين الطالبة بالرغم لا توجد أي صلة بينهم و لم يتقابلوا لكن الصلة التي نتحدث عنها هي طريقة التقليد فستجد على الأقل في كل مؤثرة هناك آلاف الطالبات اللواتي يلبسن مثلها و من خلال ما صرحت به الطالبة م، انه" يوجد العديد من المؤثرات اللواتي يدفعنك لمتابعتهم و أرى لباسهن محتشم و ذلك من خلال المحتوى النظيف المطروح أمامي فهي تشارك يومها و تحفزك على عادات إيجابية و منها اللباس وأنا بصفتي راشدة اعرف ما هو لائق و غير لائق.

كما اتفق مجموعة من المبحوثات حول المؤثرات "اكيد نتابع العديد من المؤثرات و هن و كذلك المحلات التي يشاركنها عبر الستوري فارى اللباس من هناك اما اطلبه أونلاين أو اذهب لابتاعه أما إذا كانت قطع ليس في المحلات على الأغلب تصلني أونلاين و بما انه توفر العديد من شركات التوصيل داخل و خارج الوطن في الولاية ولاية بسكرة.

كما أكدت الطالبة أن هناك مؤثرات معينة فقط تتباعهن لأن المحتوى لديهن فقط عن اهتمامات الأنثى و لا يتحدثن عن شيء آخر أما التي تشارك السيئ و الجيد "نديرلها انفولو" و المعنى اني نلغي متابعتها فانا نستعمل الانستغرام لغرض التصفح اذا يوجد الجديد او لا

بنما اتفق مجموعة من المبحوثات ب "انا لا اتابع هاو المؤثرات بالرغم اللبسة المتوفرة في السوق نفسها لي يعرضوها المؤثرات لكن اختارها حسب ذوفي و وش يريحني و يساعدني و لا احتاج ذوقهن بينما هناك طالبات لا يمتلكن مؤثرات و لا يتابعون الانستغرام فهو يشعرني بالقلق و يغير نظرتي عن حياتي من خلال مايبثه المؤثرات لنا عن حياتهم المزيفة و اللباس "لي يجي بالطلبة ما عندي مندير بيه" فهي ترى ان اللباس من الانستغرام و الانستغرا لا علاقة لها به و انه مجرد ثقافات زائدة في الحياة.....

بالنسبة للطالبة الغير محجبة في الوسط الجامعي، يمكن أن يكون هناك تنوع في أساليب اللباس وتميز الطالبات غير المحجبات وسط المحجبات. يعود ذلك إلى اختلاف الثقافات والقيم والمعتقدات لدى الطلاب والطالبات.

للتطالبات غير المحجبات، قد يكون لديهن حرية أكبر في اختيار أساليب اللباس والتعبير عن أنفسهن. يمكنهن ارتداء ملابس متنوعة ومختلفة مثل البنائيل الجينز، الفساتين، التنانير، والبلوزات بتصاميم مختلفة. قد يتميزن بألوان زاهية وموديلات مبتكرة، وقد يتبعن أحدث صيحات الموضة والأنماط العصري

فتفقوا على ان البستههم لا تختلف عن لباس المحجبة لكن ينظر اليهم بنظرة عنصرية و غرابة و الفرق فقط يكمن في غطاء الرأس(الخمار) ' فهي ايضا تستوحي لباسها من الانستغرام لكن بصورة مريحة فهي ايضا تملك حدود في اللباس كما صرحت المبحوثة س,ن "البس لباس محترم و يمكن اكثر من المحجبات بنفسهن فانا ايضا لدي شروط و حدود , اشعر ان الفرق بيني و بين زميلاتي المحجبات غطاء الرأس و الذراع اما الباقي فانا ايضا لا استطيع لبس لباس غير محتشم.

فالتالبة الغير محجبة في الجامعة لديها التزامات و حدود لا تتعدها فهي ترتدي ما يناسب هندام الجامعة و ما لايشير لها الانتباه .

نتائج الدراسة:

بناء على ما سبق ذكره نحاول أن نقدم الاستنتاج العام الذي أسفر عنه التحليل النظري و الدراسة الميدانية للظاهرة المدروسة، فالميدان هو المكان الأمثل لتحقيق الأهداف و تبيان صحة التساؤلات المقترحة فاعتبرت بمثابة أهداف وصلت إليها الدراسة.

فمن خلال العمل الميداني تم التوصل لإجابة عن التساؤلات الفرعية التي ربطت لباس الطالبة وتأثير المؤثرات عبر الانستغرام في تصوراتها و تنوع ألبستها:

➤ تأثير الانستغرام: أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي، وبخاصة الانستغرام، واحدة من أهم المصادر التي يعتمد عليها الطالبات الجامعيات لمعرفة أحدث صيحات الموضة واللباس.

➤ تغير الاعتماد اللباسي: في الماضي، كانت المجالات النسائية والبرامج التلفزيونية هي المصادر الرئيسية للمعرفة بالموضة، لكن مع التطور التكنولوجي، أصبح الانستغرام الوسيلة الأكثر استخدامًا للحصول على معلومات عن الأزياء والموضة.

➤ الفضول والتنوع: يمكن أن يدفع الفضول والاستعلام عن أحدث صيحات الموضة الطالبات الجامعيات للاستفادة من التطبيقات المتاحة، ويمكن للاستخدام المكثف للانستغرام أن يساهم في زيادة التنوع اللباسي وفتح الحدود اللباسية.

➤ التأثير الاجتماعي: يمكن أن يؤثر الانستغرام وثقافة اللباس الانتشارية عبره على اختيارات الطالبات في لباسهن، سواء كن محجبات أم غير محجبات، وقد يؤدي ذلك إلى التأثير بالموضة ومحاولة الاقتداء بالمؤثرات والموضة السائدة.

➤ التنوع والاحترام: يجب على الطالبات أن يحترمن التنوع في ثقافة اللباس وأن يختارن ما يعبر عن هويتهم الشخصية وقيمهن الشخصية، ويجب أن نقدر الاختلافات الثقافية ونحترم اختيارات الآتأثير المؤثرات عبر الإنستغرام: يمكن أن يكون للإنستغرام تأثير كبير على تصورات وتفضيلات الطالبات فيما يتعلق باللباس. قد يؤثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على اتجاهات الموضة والملابس المشاهدة والتي يقدمها الأشخاص الآخريين عبر الإنستغرام.

➤ تنوع الألبسة: د ينجم عن تأثير الإنستغرام تنوع وتغير في أساليب وتفضيلات اللباس بين الطالبات يتأثرن بالصور والمحتوى المشترك عبر الإنستغرام وقد يتبعن أنماطاً وصيحات الموضة المعروضة هناك.

➤ التصورات الشخصية: يمكن أن يؤثر الإنستغرام على تصورات الطالبات حول اللباس والأناقة. قد يشجعهن على تجربة أساليب مختلفة واعتماد أنماط جديدة بناءً على ما يرونه في المنصة

- إن استخدام الانستغرام في مجال ثقافة لباس الطالبة الجامعية قد أحدث تغييرًا في سلوكيات وممارسات الطالبات، وهو يعكس التحول الذي يحدث في عالم الاتصالات والتواصل الاجتماعي. يتطلب التعامل مع هذا التحول بتوجيهات ووعي للحفاظ على الاحترام المتبادل والتنوع الثقافي.
- الطالبات يستخدمن إنستغرام كوسيلة تأثيرية في تصوراتهن وتنوع ألبستهن، ويرونها وسيلة عصرية سهلة الاستخدام وتوفر مختلف الأذواق والمنتجات المناسبة لهن.
- الطالبات يرون أن الانستغرام يمكن أن يساعدهن على اختيار ملابسهن، ويساهم في توسيع أفكارهن وتحديد شكل لباسهن، بغض النظر عما إذا كانت محجبات أم غير محجبات.
- الطالبات يرون أن لباسهن يميزهن عن فئتهن العمرية ويعتبرونه متواكبًا مع جيلهن.
- الطالبات يستخدمن اللباس الموضة للتمييز في الوسط الجامعي اجتماعيًا وماديًا، ويبدلن الجهود للظهور بأفضل حلة.
- هناك تشابه كبير بين لباس الطالبات والمؤثرات عبر الإنستغرام، ويعتمد الاختيار على التشابه في الشكل والمظهر.
- الطالبات يرون أن الانستغرام يوفر لهن مجموعة متنوعة من الألبسة، سواء للمحجبات أو غير المحجبات.
- الطالبات المحجبات يعتبرن أن لباسهن يتواكب مع الموضة ويقتبس أفكارهن من الإنستغرام، ويختارن لباسهن بناءً على المؤثرات التي يتشابهن معهن.
- الطالبات يرون أن اللباس المنتشر بينهن يكون موجودًا بشكل كبير في منصة الانستغرام.
- خاصية الستوري والهاشتاج ساهمت في تمكين الطالبة من الاطلاع على ما هو جديد ومتنوع في عالم الموضة.
- الطالبات يرون أن المظهر الأنيق واللباس الجديد يساهمان في تميزهن وتقوية شخصيتهن، وقد يلجأن للتناق في أيام معينة لجذب الانتباه.
- بعض الطالبات تحجب على اعتبار أن الحجاب يوفر لهن الحماية والاحترام عند التعامل مع الجنس الآخر، ويعزز من ثقتهن وشعورهن بالطمأنينة.
- ظهور حجاب الموضة جعل الطالبة المحجبة لا تخرج عن عالم الموضة وتبقى على اطلاع بكل ما هو جديد.
- بعض الطالبات الجامعيات يهتمن بالمظهر والأناقة لإثبات اختلافهن والتميز عن الأخريات.

خاتمة:

في ختام الدراسة، يمكن القول أن منصة الانستغرام لها تأثير كبير على ثقافة لباس الطالبة الجامعية. يستخدم العديد من الطالبات الانستغرام كوسيلة للتأثير والتأثر في اختياراتهن اللباسية. تعتبر الانستغرام واحدة من الوسائل الأكثر شيوعًا وسهولة في الوصول إلى الأزياء والموضة، وتوفر مجموعة متنوعة من الألبسة والأفكار المرتبطة بها. يتبع الطالبات الموجودات على الانستغرام ويستوحين أفكارهن منهن فيما يتعلق بالأناقة والألبسة. وعندما يشعرن بالتميز والانتماء إلى فئة عمرية معينة من خلال اختياراتهن اللباسية، يزيد ذلك من ثقتهن بأنفسهن وقدرتهن على التعبير عن أناقتهن الشخصية. على الرغم من أن الانستغرام يقدم مزايا كبيرة للطالبات فيما يتعلق بتوفير الألبسة وإلهامهن بالأفكار الجديدة، إلا أنه يجب أن يكون هناك توازن ووعي بين استخدامه بشكل إيجابي والابتعاد عن الضغوط الاجتماعية والتأثيرات السلبية. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يتم تعزيز الثقافة الشخصية والاحترام المتبادل بين الطالبات، بغض النظر عن طريقة لباسهن. يجب على الطالبات أن يكون لديهن الحرية في اختيار ما يناسبهن ويعبر عن شخصيتهن بدون الشعور بالضغط لمواكبة أحدث صيحات الموضة.

في النهاية، يعتبر الانستغرام وسيلة مهمة للتأثير على ثقافة لباس الطالبة الجامعية، ومع ذلك يجب أن يكون للطالبات القدرة على اتخاذ قراراتهن الخاصة والتعبير عن أنفسهن بحرية وثقة، والابتعاد عن الضغوط الاجتماعية السلبية التي قد تنشأ من استخدام الانستغرام ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

قائمة المراجع:

أ) الكتب:

1. ابراهيم عامر قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.
2. أبو النصر مدحت، قواعد ومراحل البحث العلمي، مجموعة النيل العربية، مصر، 2004.
3. بن ابراهيم عبد الرحمان الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
4. الخطيب أحمد، منهج البحث العلمي بين الاتباع والإبداع، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2009.
5. خنفوسي عبدالعزيز، مدخل إلى قانون الملكية الفكرية، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2019.
6. رشيد صبيحة رشدي، الملابس العربية وتطورها في العهود الإسلامية، مؤسسة المعاهد الفنية، د.ب.ن، 1980.
7. شمسي حسان باشا، وسائل التواصل الاجتماعي، دار القلم، دمشق، 2020.
8. عبدالرؤف طارق، المصري إيهاب عيسى، المقاييس والاختبارات التصميم-الإعداد-التنظيم، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017.
9. محمد تركي، الثقافة العربية في عصر العولمة، دار مدراك للنشر، دبي، 2012.

ب) الرسائل والمذكرات:

10. شنوري زينب، أثر الوسط الجامعي في تغير نمط لباس الطالبة الجامعية الجزائرية -الحي الجامعي-جامعة سيدي بلعباس نموذجاً - مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الثقافي، قسم العلوم الاجتماعية، شعبة علم الاجتماع، جامعة الجيلالي الياصب، سيدي بلعباس، 2015-2016.
11. عبدالقادر بلعربي، علاقة الطالبة الجامعية باللباس "دراسة أنثروبولوجية بجامعة عبدالحميد بن باديس-مستغانم-، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة عبدالحميد بن باديس، مستغانم، 2008-2009.
12. مزيش مصطفى، مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية: دراسة ميدانية بجامعة منتوري-قسنطينة، دراسة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم المكتبات والمعلومات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات، 2008-2009.

ج) المجالات:

13. نور الدين عبد الحليم، تاريخ وآثار وتراث مصر، مجلة تراث مصر، العدد الرابع، الحضارة للنشر، مصر، 2009.
14. عباس رضوان، بن معمر بوخضرة، الملاحظة بالمشاركة ودورها في تفعيل البحث الميداني، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 11، العدد 01، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2022.
15. تمساوت فايزة، مضامين رسائل الاتصال غير اللفظي: اللباس التقليدي للمرأة القبائلية نموذجاً، مجلة معيار، العدد 55، جامعة الجزائر 03، 2021.
16. فارلو محمد أمين، راجي بوعبدالله، أثر استعمال تطبيق انستغرام في تعزيز ولاء الزبون (حالة منتجات إيريس)، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 02، جامعة أحمد بن يحي تيسمسيلت، 2021.
17. شين خثير، ببة إيمان، دور الإعلانات عبر الانستغرام في تفعيل نية شراء المرأة الجزائرية لمستحضرات التجميل، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، العدد 05، المركز الجامعي المقاوم الشيخ أمود بن مختار، إليزي، 2022.
18. سميشي وداد، صورة الذات عبر شبكة انستغرام: منضور تحليلي، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، اعدد 02، مخبر الاتصال الرقمي وتكنولوجيات الإعلام، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2021.

د) المواقع الإلكترونية:

19. الحايك...ثوب تراثي عاصر تاريخ النساء في الجزائر، www.independentarabia.com، الثلاثاء 27 سبتمبر 2022 7:32.
20. بحث عن انستغرام، معلومات هامة عن موقع انستغرام مميزات وعيوب، 26 يناير، 2021.
21. بحث عن الانستغرام، 28/10/2020.
22. m3rifah.com، 2023/05/30، 16:23.
23. scribed.com، 2023/05/23، 17:45.
24. alboslnews.com، 2022/08/25، 3:30.
25. montada.echoroukonline.com، 28/05/2023، 16:04.

26. ar.veganapati.pt, 27/05/2023, 21 :15. .

27. baytdz.com, 28/05/2023, 10:44

28. www.yoair.com, 28/05/2023, 10:52.

29. for9a.com.09:45 ، 2023/06/04 ، قصة نجاح انستغرام ، هل تعرف القصة وراء انستغرام/قصة نجاح انستغرام ،

30. alreem11.wordpress.com.09:48 ، 2023/،06/04 ،

الملاحق

أسئلة المقابلة:

س1) ما هي تصورات الطالبة حول الملابس المنتشرة عبر منصة الانستغرام؟.

.....

س2) ما هو نوع اللباس المنتشر كثيرا حسب رأيك؟.

.....

س3) ما هي أهم الأسباب والدوافع التي على أساسها تختارين ملابسك؟.

.....

س4) هل برأيك كطالبة أن هناك وجود وظيفة التأثير على ثقافة لباس الطالبة من مثرات الانستغرام؟.

.....

س5) هل هناك مؤثرات تقومين بمتابعتهم يساعدنك على تنسيق ملابسك مع ذكر أسمائهم؟.

.....

س6) هل هناك محلات تتابعينها عبر الانستغرام؟. مع ذكر الأسماء.

.....

س7) على حسب حالتك المادية والاجتماعية والثقافية، هل أنت مواكبة لثقافة اللباس المنتشرة على

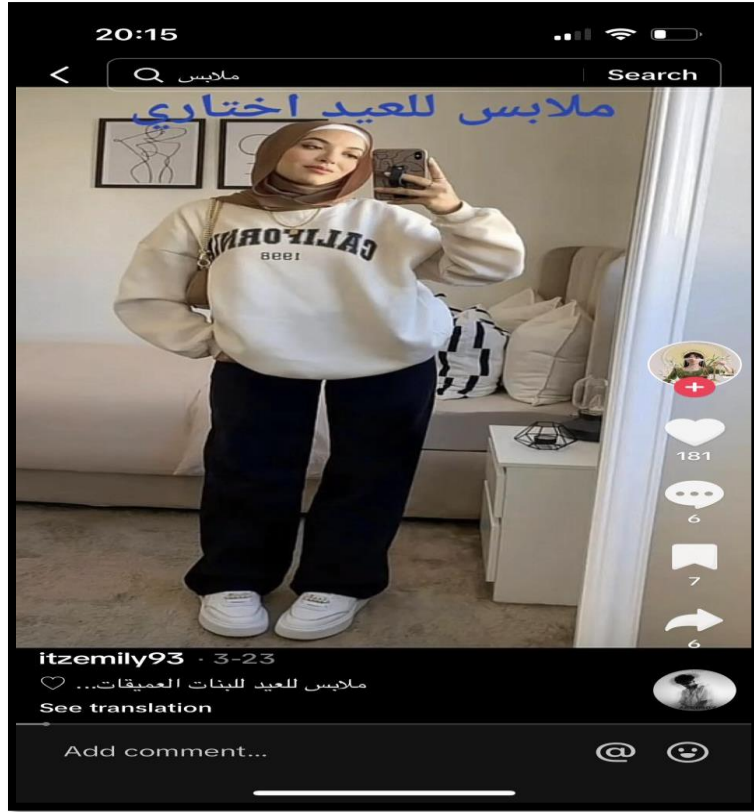
انستغرام بين الطالبات أم لا؟.

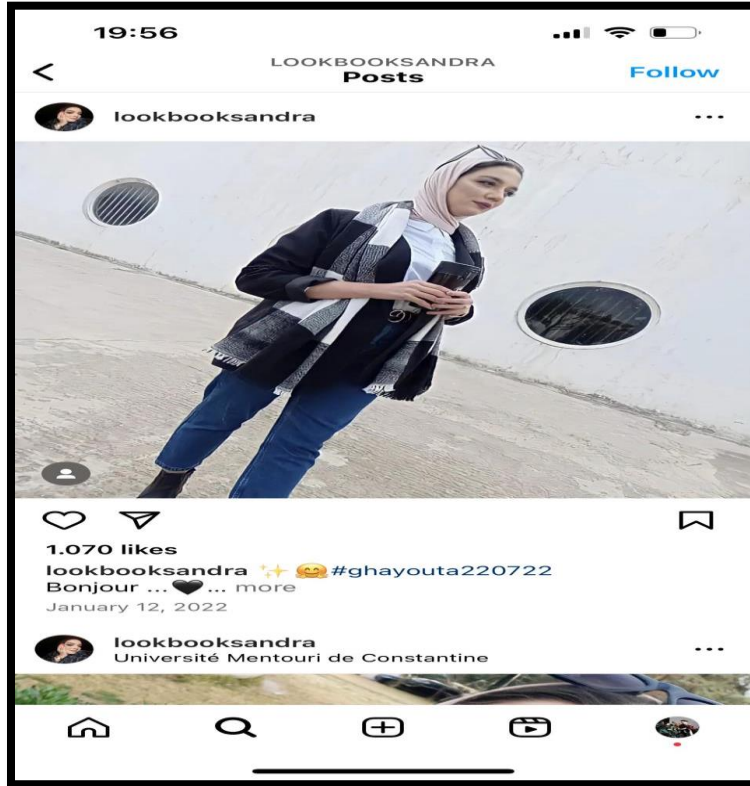
.....

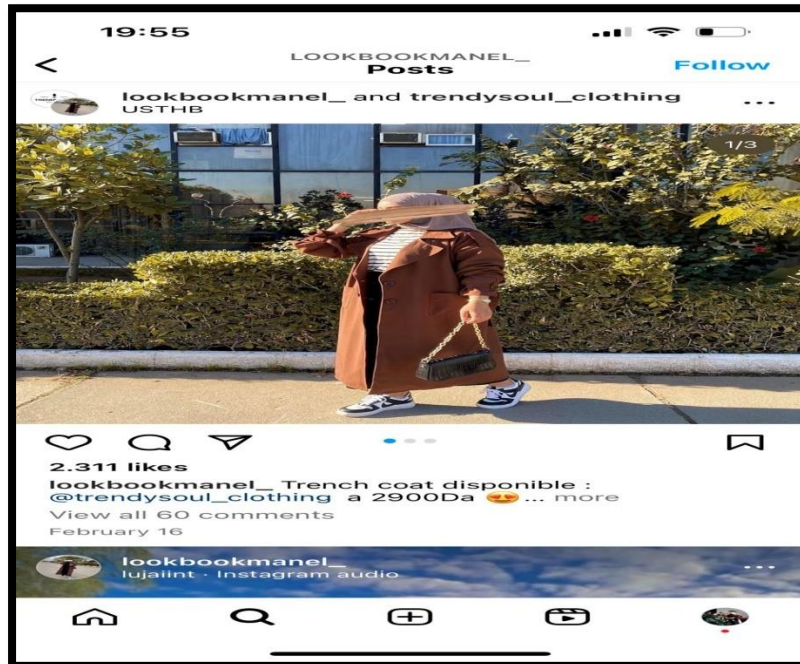
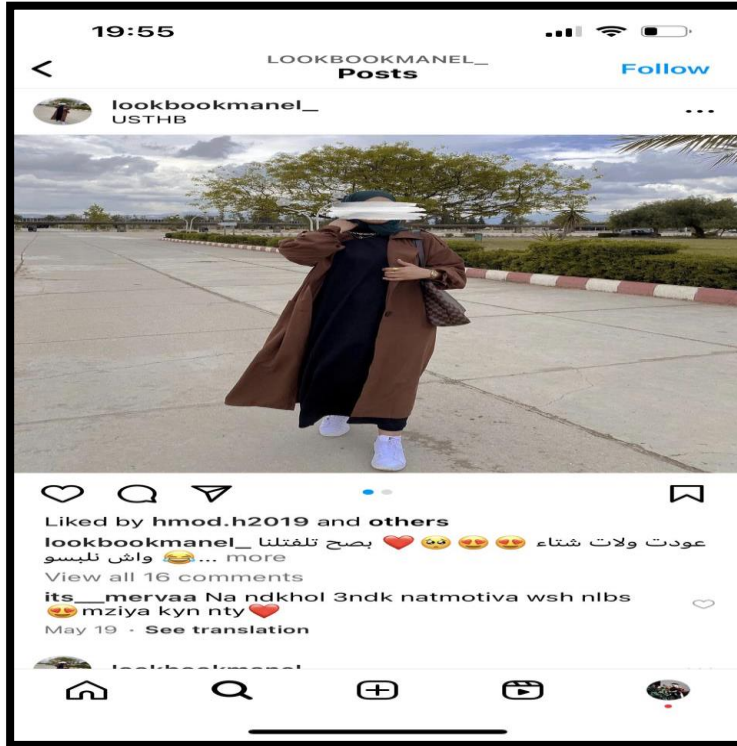
س8) كيف تحصلين على ملابس جديدة مثلا كل أسبوع إذا لم تكن لديك القدرة المالية الكافية؟.

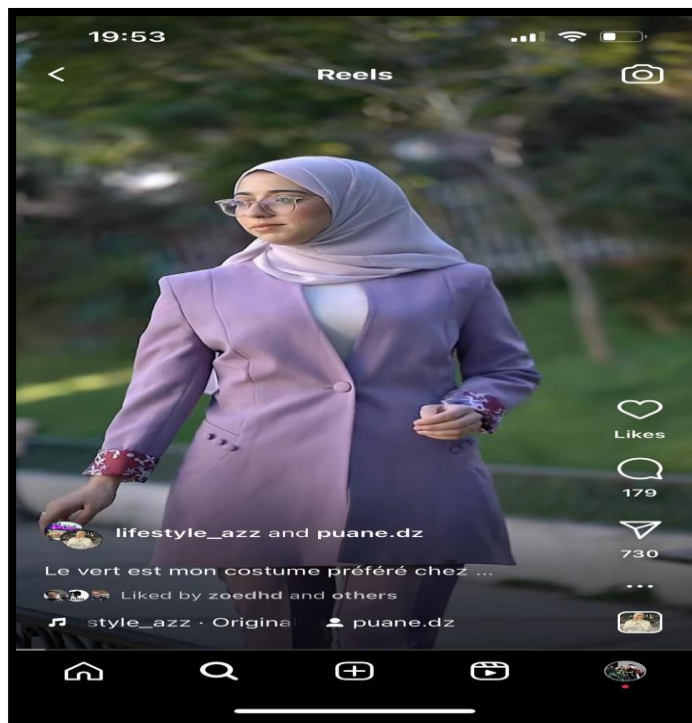
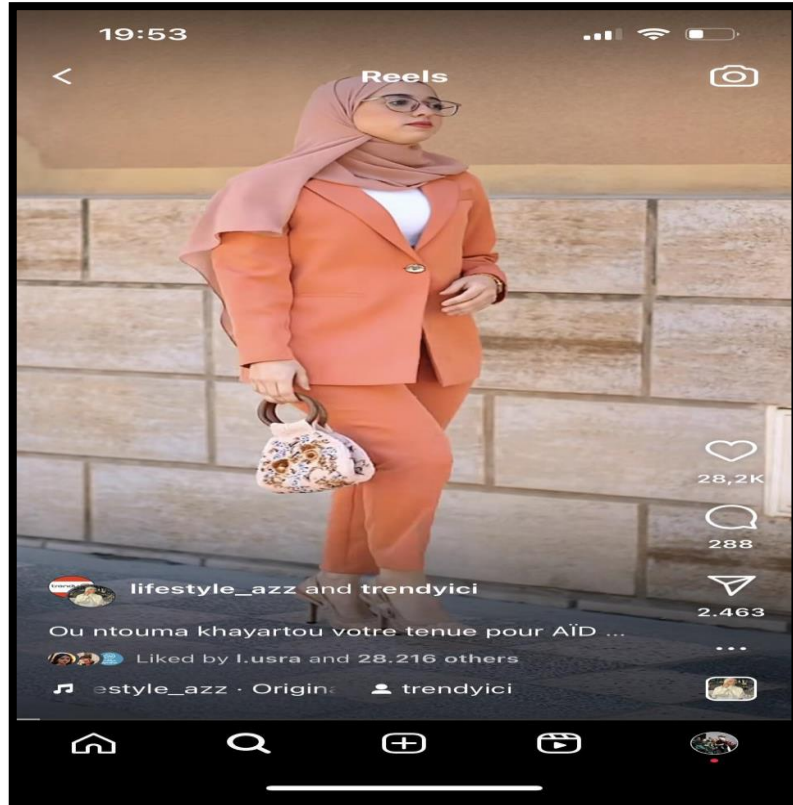
.....
س9) هل هناك أيام مميزة تعتمد الطالبة التأنق فيها عن المعتاد مع ذكر الأيام؟
.....

قائمة الملاحق:

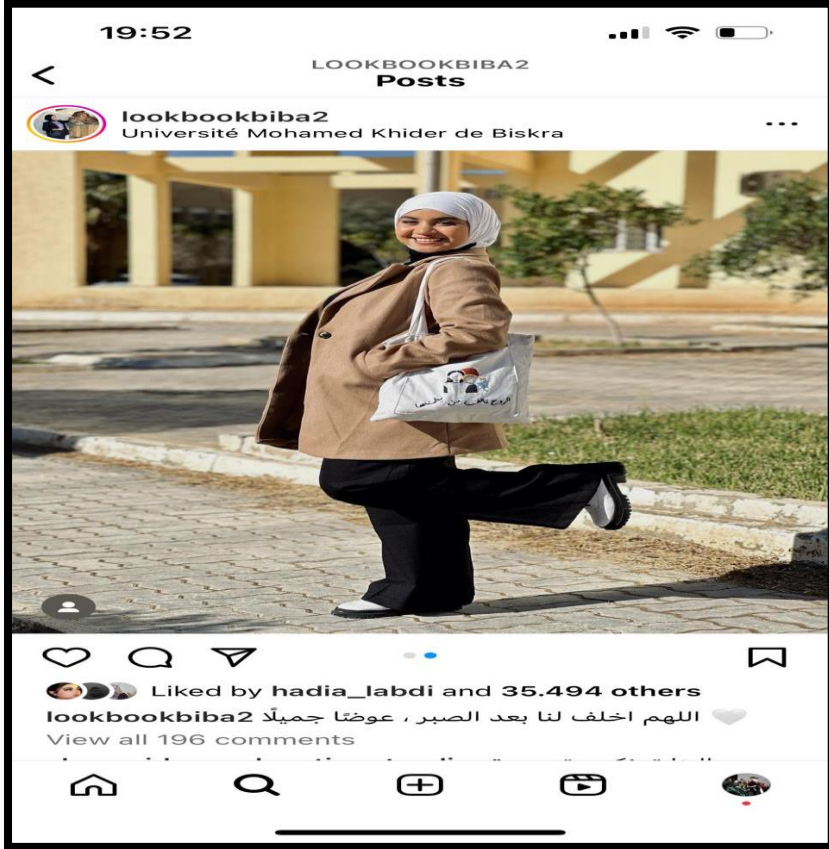




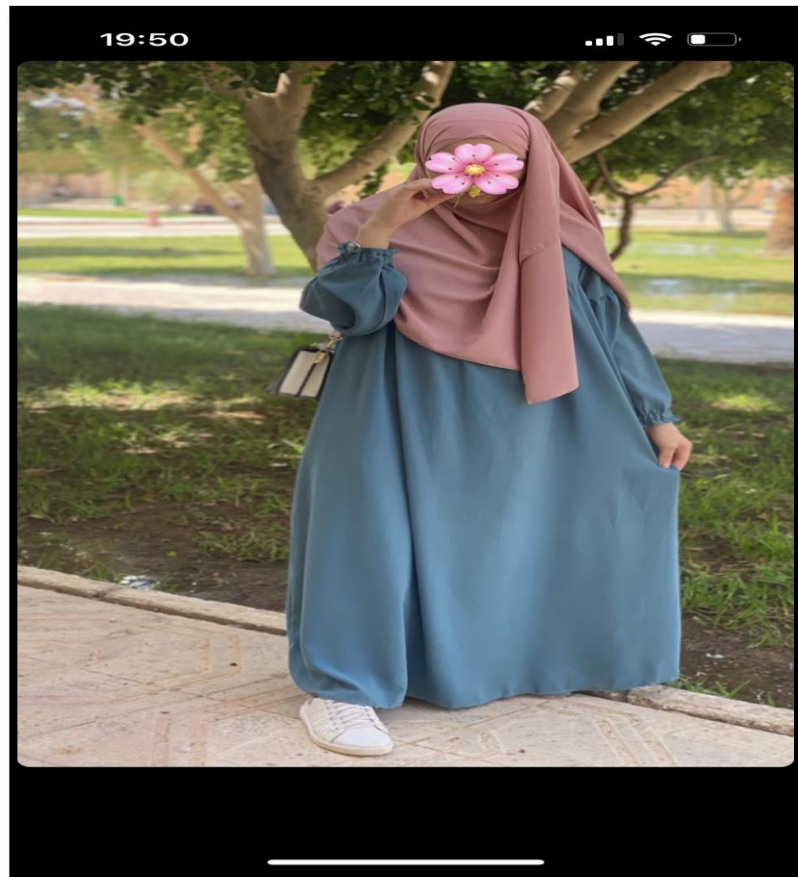
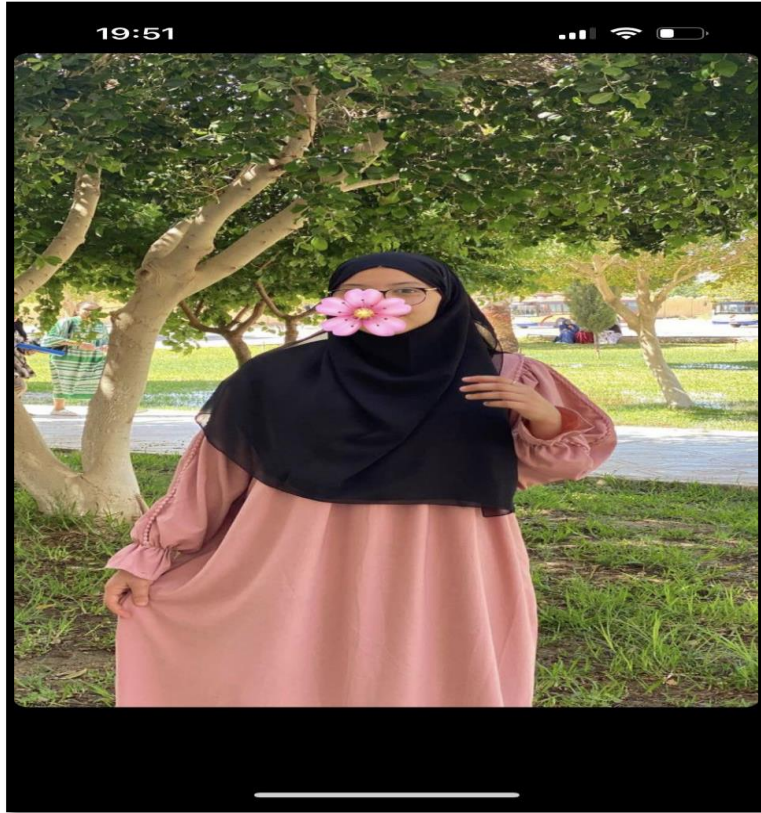


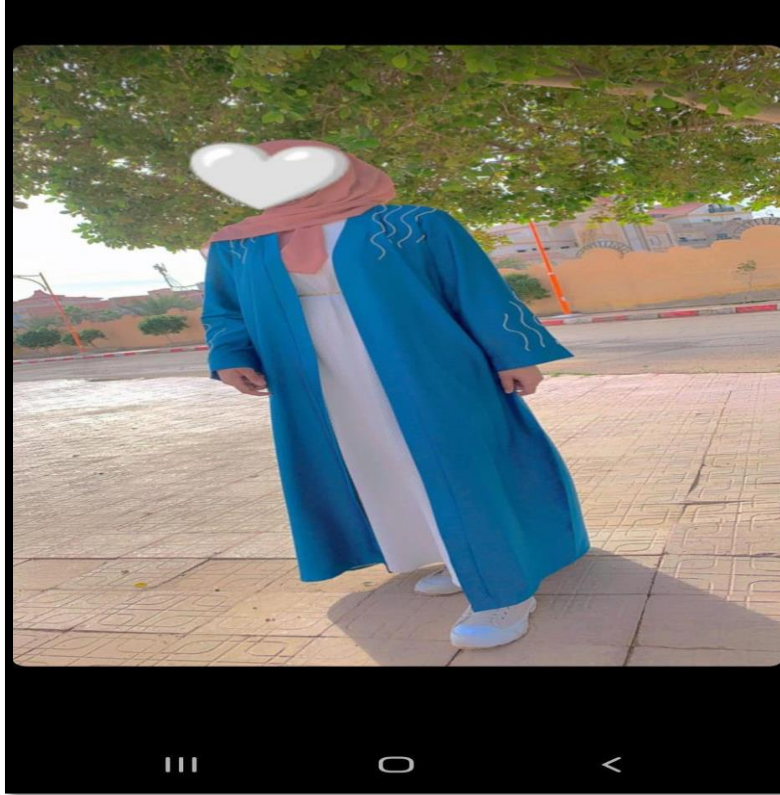




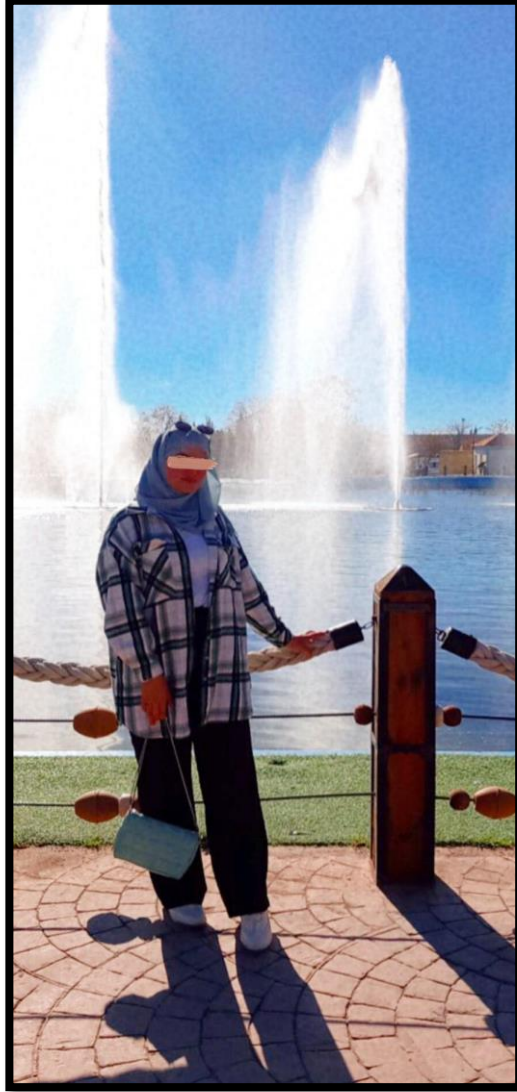














ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة الانستغرام وثقافة لباس الطالبة الجامعية، والتي ركزت على الطالبات الجامعيات تحديدا في جامعة بسكرة، إذ تسعى الدراسة إلى معرفة تأثير الموضة المنتشرة في الانستغرام في تحديد شكل لباس الطالبة الجامعية ومدى تأثير ذلك في إبراز شخصية الطالبة الجامعية، ومعرفة دلالات هذا اللباس.

وقد ركزت على الطالبات الجامعيات في جامعة محمد خيضر-بسكرة، على اعتبار أنهم الفئة الأكثر استخداما لموقع الانستغرام، وتدرج هذه الدراسة التي بين أيدينا إلى الدراسات الأثنوغرافية والتي تسعى إلى دراسة طريقة وأسلوب الحياة لشعب من الشعوب أو مجتمع من المجتمعات.

ولتحقيق الأهداف المسطرة، قمت بالاستعانة بأداتي الملاحظة بالمشاركة والمقابلة، وهذا من أجل الوصول إلى معارف متنوعة ومعلومات أكثر دقة، وجمعها من أجل الإجابة على التساؤلات المطروحة.

وبعد العديد من الخطوات المنهجية والنظرية توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الطالبات الجامعيات يرون أن الانستغرام منصة ساعدتهن على اختيار ملابسهن وأن لباس الطالبة يعتمد على نفسياتها.

Abstact:

The study dealt with Instagram and the culture of the university student's dress, which focused on female university students specifically at the University of Biskra.

It focused on female university students at the University of Mohamed Kheidar-Biskra, given that they are the most users of the Instagram site, and this study falls into ethnographic studies that seek to study the way and way of life of a people or a community.

In order to achieve the set goals, I used the tools of observation, participation and interview, in order to reach a variety of knowledge and more accurate information, and collect them in order to answer the questions raised.

After many methodological and theoretical steps, I reached a set of results, the most important of which is that university students see that Instagram is a platform that helped them choose their clothes, and that the student's dress depends on her psychology.