

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
العلوم الإجتماعية



مذكرة ماستر

أنثروبولوجيا
أنثروبولوجيا
أنثروبولوجيا ثقافية واجتماعية
رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:
دليلة مزرقن
يوم: 2023/./..

ثقافة اللباس لدى الشباب الجزائري في ظل التغير الثقافي و وسائل التواصل
الجديدة
(دراسة أنثروبولوجية على طلبة جامعة
بسكرة أنموذجا)

لجنة المناقشة:

مشرفا	أستاذ محاضر	جامعة محمد خيضر بسكرة	الطيب العماري
الصفة	الرتبة	الجامعة	العضو 2
الصفة	الرتبة	الجامعة	العضو 3

الشكر:

أولاً الحمد لله سبحانه و تعالى و أشكر فضله و
نعمه و توفيقه منه إلى إكمال هذا العمل .

ثم الشكر موصول إلى الأستاذ الفاضل "الطيب
العماري " الذي كان له الفضل في الكبير في
إرشادي و في إكمال هذا العمل الذي اعتبره
ثمرة تضحيتي و غايتي .

إلى كل الأساتذة الذين لهم الفضل لهم في
وصولي إلى كتابة هذا العمل ، لهم مني كل
المحبة والتقدير.

الإهداء:

أهدي ثمرة نجاحي إلى سبب الصلاح و
الفلاح في هذه الدنيا إلى الوالدين الكريمين و
إلى السند الذي لا يهتز و ضلوعي الثابتة
دوما أخواتي و أخي ، إلى من تحلو الحياة
بوجودهن صديقاتي العزيزات ، إلى كل ما قدم
لي يد المساعدة يوما ما .

الفهرس

الصفحة	المحتوى
	الشكر
	إهداء
أب	المقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي
5	1- الإشكالية
5	2- أسباب اختيار الموضوع
6	3- منهج الدراسة
7	4- أدوات الدراسة
8	5- مجالات الدراسة
9	6- الدراسات السابقة
12	7- مفاهيم الدراسة
	الفصل الثاني: اللباس
19	تمهيد
20	أولاً: ماهية اللباس
20	1- تعريف اللباس
20	2- اللباس في القرآن الكريم و الحديث الشريف
21	3- رمزية اللباس
21	4- دوافع اقتناء اللباس
23	ثانياً: ماهية الموضة
23	1- تعريف الموضة
24	2- خصائص الموضة اللباسية
25	3- الهدف من الموضة
26	4- القيم و المعايير الاجتماعية و الموضة
26	5- الشباب و ظاهرة الموضة

27	ثالثا: اللباس بين الماضي و الحاضر
27	1- اللباس التقليدي الجزائري
28	2- اللباس العصري عند الطلبة الجامعيين
31	رابعا: أشكال اللباس عند الطلبة
	الفصل الثالث: وسائل التواصل الجديدة
40	تمهيد
41	أولا: ماهية وسائل التواصل الجديدة
41	1- تعريف وسائل التواصل الجديدة
42	2- مميزات وسائل التواصل الجديدة
43	ثانيا: ماهية شبكات مواقع التواصل الاجتماعي
43	1- تعريف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
44	2- أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
45	3- ايجابيات شبكات وسائل التواصل
46	4- سلبيات شبكات وسائل التواصل
48	ثالثا: وسائل التواصل و الانتشار الثقافي
48	رابعا: استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي
51	خامسا: أهم صفحات الموضة و المؤثرين
	الفصل الرابع: تأثير وسائل التواصل على الطالب الجامعي
54	تمهيد
55	أولا: القيم الثقافية و العولمة
56	ثانيا: تأثير وسائل التواصل على القيم الثقافية للطلبة
57	ثالثا: تأثير وسائل التواصل على انتشار الموضة
60	رابعا: تأثير وسائل التواصل على نمط لباس الطلبة
63	نتائج الدراسة
ج	الخاتمة

الفهرس

71	المصادر و المراجع
74	الملاحق
80	الملخص

المقدمة:

لعل أهم ما يميز المجتمعات الحديثة هو سرعة التغيير على جميع المستويات الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية ، و ما توصلنا إليه من تطور و تحول ليس نتاج شخص واحد أو جيل واحد و إنما هو نتاج لتراكم معرفي لأجيال متتالية ، و يحتوي التغيير الاجتماعي الثقافي على مظهر يمكن أن يكون موضوعا لدراسة علمية سوسيولوجية . و أنا إرتيت في هذا البحث أن أقوم بدراسة اللباس العصري لدى الشباب الجامعي باعتبارهم هم شباب في مرحلة تكوين شخصيتهم و إثبات وجودهم و البحث عن القبول الاجتماعي هذا إضافة إلى ما يتميزون به من حب التغيير و التجديد ، و لما للجامعة من مكانة اجتماعية متميزة حيث تعمل على تكوين النخبة المثقفة و الإطارات المستقبلية .

إن دراسة موضوع اللباس يعني الوقوف على البناء السوسيولوجي للمجتمع ،لما له من أهمية و مكانة و قيمة رمزية في الحياة الاجتماعية للفرد ،فعلى تعبير ابن خلدون فإن الصناعة و الحياكة و الخياطة صناعتان ضروريتان ، و إلى جانب هذا فهو يروي و يعكس الحقبات التاريخية التي مرت عليها المجتمعات الإنسانية و المناخ السائد و العادات و التقاليد.فتغير اللباس عبر الأزمنة و تغيرت معه طرق و دوافع استعماله فأول ما ظهر أستعمل لحماية الجسم من تقلبات الطقس و سترته من الناس ثم تغير ليتناسب مع نوع العمل في المصانع للوصول الى مواكبته للعصر و مسايرته للموضة. فميز اللباس بين الجنسين و البدو و الحضرة و الطبقات و الفئات الاجتماعية و الأطفال و الشباب و الشيوخ بين التقليدي و العصري. و بالإضافة إلا انه تراث شعبي فهو أيضا وسيلة اتصال و تفاعل فهو يترجم مدى تأثير الفرد بالعالم الخارجي و يحدد الفروق الشخصية و نوعية العلاقات في المجتمع. اللباس مثله مثل اللغة يحمل رموز و معاني يساعد على الاتصال بواسطة التصميم و المادة المستعملة و المكونات الأخرى من ألوان و اكسسورات ، فمن خلال المظهر العام يشكل الشخص أسلوب لباسه و يعطي صورة متميزة عن نفسه ، فيغطي أجزاء من جسمه و يظهر أخرى .

ويعتبر المجتمع الجزائري بين تلك المجتمعات التي عرفت عدة تغيرات و تحولات مست معظم البنى الاجتماعية و الثقافية ، حيث كان لهذه التغيرات الأثر الكبير في توجيه سلوك الأفراد و الجماعات مما نتج عنها ظواهر مختلفة ، و أبرز هذه المظاهر هو اللباس الذي أضحي متحكما فيه من قبل قاعدة "الموضة" ، حيث أدت هذه الأخيرة إلى ظهور أنماط جديدة من اللباس العصري و الحضري متعدد الأشكال و الألوان لم يشهد مثلها من قبل في المجتمع الجزائري ، و من أجل الوقوف على الأسباب و الدوافع الحقيقية التي جعلت من الشباب بصفة عامة و الطلبة الجامعيين يتبنون أنماط معينة من اللباس دون غيرها ،وتقليد الشباب الجامعي للثقافات الأجنبية في مظاهرهم اللباسية نتج عنه أيضا قيم ثقافية و معايير جديدة ، و تم تهميش الثقافة الأصلية عند معظم الطلبة .

تم تقسيم هذا البحث الى أربعة فصول ، حيث تطرقنا في الفصل الأول و هو الجانب المنهجي إلى إشكالية الدراسة و أهميتها و الهدف منها و منهج الدراسة و أدواتها و مجالاتها و الدراسات السابقة و المفاهيم ، ثم

الفصل الثاني بعنوان اللباس الذي تناولنا فيه ماهية اللباس و ماهية الموضة و اللباس بين الماضي و الحاضر ثم أشكال اللباس عند الطلبة ، ثم الفصل الثالث بعنوان وسائل التواصل الجديدة و تطرقنا فيه إلى ماهية وسائل التواصل و ماهية مواقع التواصل ثم وسائل التواصل و الانتشار الثقافي و بعدها استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي و أهم صفحات الموضة و المؤثرين ، قم الفصل الأخير الذي كان بعنوان تأثير وسائل التواصل على الطالب الجامعي و تناولنا فيه القيم الثقافية و العولمة ثم تأثير وسائل التواصل على القيم عند الطلبة ، ثم تأثيرها على انتشار الموضة و أخيرا تأثيرها على نمط لباس الطلبة ، ثم تطرقنا للنتائج العامة و الخاتمة .

الفصل الأول:

الجانب المنهجي

الفصل الأول:

- 1- الإشكالية.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- منهج الدراسة.
- 4- أدوات الدراسة.
- 5- مجالات الدراسة.
- 6- الدراسات السابقة.
- 7- مفاهيم الدراسة.

1. الإشكالية:

الثقافة هي كلمة واحدة بسيطة النطق تحوي داخلها الكثير من المعاني و المفاهيم المختلفة و المتشعبة و لطالما اختلف العلماء على تعريفها ، و نجد من أنواع الثقافة ما يصب تحت عنوان الثقافة المادية و التي تدل على كل ما هو محسوس في المجتمع و قد يتطور جزئيا أو كليا مع مرور الزمن ، حيث نجد في هذا الأخير كل الوسائل الثقافية التي شكلت الوجه الأساسي و المميز لكل مجتمع و التي جعلته مختلفا عن بقية المجتمعات الأخرى ، و من بين هذه الوسائل نجد اللباس الذي كان دوما يعبر عن عادات و تقاليد المجتمع الجزائري بطريقة مميزة حيث كان يختلف بين منطقة و أخرى في شكله و لونه و تفصيله و طريقة ارتدائه، فقد كان الشباب الجزائري يعبر عن أصالته و تاريخه العريق من خلال لباسه التراثي الذي يحمل معاني و دلالات رمزية مختلفة فهو يرمز مثلا إلى تعاقب الحضارات على المنطقة ، لكن بسبب التطورات التي طرأ على العالم بصفة عام و على المجتمع الجزائري بصفة خاصة و التي أحدثت تغييرا ثقافيا في نمط اللباس و ذلك بسبب وسائل التواصل الحديثة التي نشرت عالم جديد من الثقافة اللباسية الأجنبية، والتي احتلت مكانة هامة في المجتمع الجزائري اليوم حيث أصبح الشباب الجزائري يعتمد على وسائل التواصل في اختياره لنمط لباسه ، فهذه الأخيرة أصبحت توجه سلوكيات و ممارسات الأفراد و تنقل الكثير من القيم الأجنبية الى مجتمعنا.

هذا ما يدفعنا الى طرح هذا التساؤل هي:

تساؤل رئيسي :

- ما هي مظاهر التغيير الثقافي في اللباس لدى الشباب الجزائري في ظل وسائل التواصل الجديدة ؟
- تساؤلات فرعية :

- فيما تتمثل مظاهر اللباس الجديدة عند الطلبة ؟
- ما هي أهم وسائل التواصل الجديدة التي يستخدمها الطلبة في اقتناء لباسهم؟
- ما هي مظاهر تأثير وسائل التواصل الجديدة على لباس الطلبة ؟

2. أسباب اختيار الموضوع :

تتمثل أسباب اختياري لموضوع ظاهرة اللباس بالنسبة للطلبة الجامعيين :

• أسباب ذاتية:

- معاشتي للظاهرة خاصة أنني طالبة جامعية أتأثر بما يدور من حولي ، خاصة و أن معظم الدراسات تؤكد على الاختلاف الذي يلاحظ بين لباس الإناث و الذكور ، كما أن لباس الطلبة مختلف عن الفئات الأخرى .
- رغبتني في إنهاء هذه الدراسة التي كنت قد بدأتها في مرحلة ليسانس.

• أسباب علمية:

- تقديم إضافة لهذا النوع من الدراسات الثقافية و التي تهتم بالمظهر و اللباس ، خاصة لجنس الذكور.

- تزايد انتشار ظاهرة الاهتمام باللباس العصري خاصة لدى فئة الشباب، ما نتج عنه من استيراد ملابس من ماركات مختلفة و من مصادر عديدة.

- أهمية اللباس في حياة الفرد و الذي يسعى من خلاله الطلبة الجامعيين إلى التميز عن باقي فئات المجتمع ، مما أدى إلى محاولة خلق ثقافة جديدة يحاولون ترسيخها ، بالإضافة إلى أنه يترجم مدى تأثر الفرد بالعالم الخارجي.

3. منهج الدراسة :

يعرف المنهج بأنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة موضوع بحثه، والتوصل إلى الحقيقة، أو أنه الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسته للظاهرة¹ ويعرف العلم الذي يهتم بالبحث في طرق البحث ب: علم مناهج البحث" ويذكر الباحثون أن هناك أنواعا عديدة من المناهج يختار الباحث منها ما يلاءم أهداف دراسته، كما يمكنه المواءمة بين العديد من الاتجاهات المنهجية المتقاربة بالقدر الذي يخدم موضوعه ، وفي دراستنا لظاهرة العلاج بالرقية وأسباب انبعاثها و انتشارها .

لذا فقد سلكت في بحثي المنهج الإثنوغرافي ، لأنه الأكثر تماشيا مع بحثي فهو يعتمد على الدراسات الوصفية لأسلوب الحياة و مجموعة التقاليد و العادات و القيم و التأثيرات الشعبية لدى جماعة معينة، و سأقوم بوصف أنماط اللباس عند الشباب الجامعي².

المنهج الإثنوغرافي : إن اعتمادنا على المنهج الوصفي في دراسة موضوعنا هذا و المتعلق بدراسة ظاهرة العلاج بالرقية وأسباب انتشارها يعد أساسيا و لا غنى عنه في مثل هذه الموضوعات حيث تتشابك وتتعدد العوامل المرتبطة بالظاهرة محل الدراسة ، إن دراسة الظاهرة كما هي موجودة والحصول على وصف دقيق لها يجب أن لا يفهم أن مهمة البحث الوصفي هي فقط تجميع البيانات والمعلومات عن الظاهرة ، و إنما تمتد مهمته إلى أبعد من ذلك، في تحليل الظاهرة، وتفسيرها كذلك للبحث عن العلاقات و الأسباب التي وراء انتشارها، وهو في ذلك (أي المنهج الوصفي) يشبه الطريقة التجريبية، و الفرق بينهما يكمن في أن الدراسات الوصفية دراسات عقلية (تتم على الطبيعة) وندرس أحوال الناس في حياتهم اليومية، أو بمعنى آخر ندرس الظاهرة المعنية أو الموضوع المعين كما يحدث في الواقع عكس الدراسة التجريبية التي تمثل موقفا صناعيا(مسبق) يرتب فيه الباحث الأحداث ويحدد العوامل المختلفة المؤثرة في موضوع الدراسة، ويعزلها عن العامل الذي يهدف إلى دراسة تأثيره³

¹ فؤاد أبو حطب، أمال صادق، مناهج البحث وطرق التحليل الإحصائي، المكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، مصر 1991، ص 55.

² مبروك بوطوقة ، خطوات المنهج الإثنوغرافي ، 17-05-2021 ، <http://www.aranthropos.com>

³ كامل محمد عويضة، دراسة علمية بين علم النفس الاجتماعي و العلوم الأخرى، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 1996، ص 32-33.

إن المنهج الوصفي يسمح بمدنا ببيانات لا غنى عنها حول الظاهرة محل الدراسة، وبصفة خاصة تلك التي لا يمكن الحصول عليها إلا إذا تعرضنا للظاهرة التي ندرسها في موقعها في الميدان، وكما تحدث في الواقع، إضافة إلى ذلك أن مثل هذه الظواهر تصعب عملية إخضاعها للتجريب، لتداخل الأسباب والعوامل المؤثرة فيها وعدم إمكانية عزلها و التحكم فيها.

4. أدوات الدراسة :

إن الدراسة الانثروبولوجية لظاهرة معينة هو إهتمام بالسلوك الإنساني في سياقه الاجتماعي الثقافي الذي تحدث فيه تلك الظاهرة، فمن أجل دراستها بشكل جيد والإمام بجوانبها المختلفة يتحتم على الباحث الانثروبولوجي أن يستخدم وسائل وأدوات محددة ليتمكن في الأخير من السيطرة على موضوعه، وفي هذا يقول Pelto: "تستخدم الانثروبولوجيا أكثر من مقياس وأكثر من طريقة للملاحظة عند دراسة النظم الثقافية، وهذا ما يعبر عنه بالبحث المتعدد الوسائل، ذلك أن الانثروبولوجي يحتاج إلى عدد من أدوات البحث المتعددة حتى يتمكن من إجراء دراسته وانطلاقاً من هذا وتماشياً مع طبيعة الموضوع، لذلك استعملنا مجموعة من التقنيات و ذلك من أجل الاقتراب الجيد من الميدان و الحصول على اكبر قدر ممكن من المعلومات حول الموضوع و قصد تحقيق الدقة و الموضوعية في النتائج و من أهم التقنيات التي اعتمدها الملاحظة بالمشاركة و المقابلة الموجهة.

الملاحظة بالمشاركة:

يطلق علماء الأنثروبولوجيا على الملاحظة بالمشاركة اصطلاح التدخل الوظيفي ، يقابل الباحث في بداية دراسته الميدانية مشكلة الدور الذي يجب أن يؤديه ليحصل على معلومات موضوعية ،حيث أن تواجد الباحث في الميدان يدفع أفراد المجتمع الى تغيير سلوكهم العادي أو الإدلاء بأقوال لا تعبر عن الواقع و بالتالي على الباحث أن يقوم بدور معين لتبديد الشكوك و يسهل الاندماج مع مجتمع البحث.

لا يكتفي الباحث بملاحظة و وصف الحياة الاجتماعية في ميدان ما و إنما يحاول معرفة الأنماط الثقافية و السمات التي تميز أفراد المجتمع الذي تتم الدراسة فيه.

تم اعتماد هذه الأداة لدراسة الظاهرة المراد الكشف عنها بشكل موضوعي اكثر، و هي أساسية للوقوف على الحقائق الموجودة في الميدان ،و هي تعبر عن الحضور الفيزيائي للباحث الذي يكون قادراً على الدخول في علاقات مع أشخاص مجهولين قد لا ينتمون الى مجتمعه و يشاركونهم في كل أفعالهم و تفاعلاتهم للحصول على المعلومات التي تخدم أهداف البحث.⁴

اعتمد هذه التقنية من أجل الحصول على معومات موضوعية من الطلبة و أخذ بعض الصور للطلبة و الطالبات .

⁴نخبة من أعضاء هيئة التدريس ، طرق البحث و أدلة العمل الميداني في الدراسات الأنثروبولوجية ،دار المعرفة، الاسكندرية،2005،ص84.

المقابلة الغير الموجهة:

وهي طريقة يقوم فيها الباحث بإعداد استمارة مبنية على من الأسئلة ، و تصاغ بدقة و تكون مفاهيمها مرتبطة بصورة مباشرة بموضوع الدراسة و أسئلتها تتطلب إجابات غير محددة .

تلعب المقابلة دورا هاما في البحوث الانثروبولوجية ، و يحتاج الباحث الى إجراء مقابلات مع افراد مجتمع البحث الذي يقوم بدراسته، فيضع خطة تتضمن أسئلة و المحاور التي تتماشى مع موضوع بحثه و ذلك بقصد الحصول على المعلومات المطلوبة .

ثم اعتماد المقابلة الحرة و ترك الحرية في التعبير للطلبة و التعبير عن معتقداتهم و مشاعرهم و ذلك لأخذ معلومات موضوعية أكثر .⁵

5. مجالات الدراسة :

المجال البشري : تمثل في طلبة كلية العلوم الاجتماعية و التي يزاول فيها الدراسة ما يقارب 2889 طالب من الجنسين و من مختلف الأطوار و كلية العلوم الانسانية و التي تضم 2495 طالب من الجنسين و من مختلف الأطوار أيضا، و تحتوي أيضا على مختلف الفئات الإجتماعية ذات أصول طبقية و ثقافية و عرقية مختلفة .

المجال الجغرافي : تم اجراء الدراسة في جامعة محمد خيضر و بشكل أدق في كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية ، تم إنشاء هذه الكلية في 17 فيفري 2009 كقطب جامعي يضم ثلاثة كليات ، و تضم الكلية 5384 طالب متوزعين على مختلف الأقسام و التخصصات .

المجال الزمني : بدأت الدراسة في مرحلة التحضير لشهادة ليسانس 15/04/2021 ، و تم استكمالها خلال هذا العام من خلال إجراء مجموعة من المقابلات على مجموعة من طلبة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية خلال شهر ماي 2023.

6. الدراسات السابقة :**الدراسة الأولى :**

- الباحث :بوتقرات رشيد
- عنوان الدراسة :ظاهرة الإهتمام باللباس عند الشباب الجزائري .
- مذكرة لنيل شهادة الماجستير
- جامعة الجزائر - كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية - قسم علم الاجتماع 2007/2006.

⁵محاضرات في تقنيات البحث العملي، المحاضرة رقم 3، 15:30/05/2021، <https://elearn.univ-tlemcen.dz>

إشكالية الدراسة :

ظهر اللباس منذ أن خلق الإنسان ، حيث دعت إليه جميع الأديان و تجاوزت معه الطبيعة البشرية ، فأصبح يلزم الفرد طوال حياته ، فتغير بمرور الحضارات و تعاقب الأجيال و تسارع الأحداث والمتغيرات ، و اختلف من مجتمع لآخر حيث أصبح يميز منطقة عن أخرى و يعبر عن تراثها و عاداتها ، و عرف أكثر تغيير مع التطور العلمي و الصناعي و احتل اليوم مكانة هامة في المجتمع و حياة الفرد باعتباره أول ما يلاحظ على الشخص ، فبالإضافة إلى أنه يميز ثقافة منطقة أو مجتمع عن آخر ، فهو أيضا يحدد شخصية الفرد و انتمائه و مكانته الاجتماعية و مكانته الاجتماعية و مستواه المعيشي ، الذي يتميز عن باقي الأفراد الآخرين في المجتمع الواحد خاصة لدى فئة الشباب باعتبارهم أكثر فئات المجتمع بحاجة إلى تغيير و التعبير عن الذات و بصفتهم أكثر حيوية و قدرة و نشاط و أكثر تفاعلا و سرعة في الاندماج مع الآخرين .

التساؤل الرئيسي :

- ماهي الدوافع الحقيقية الذاتية و الاجتماعية التي تدعو الطلبة الجامعيين للاهتمام باللباس و المظهر بصفة عامة ؟ و ماهي العوامل المساعدة على ذلك ؟.

الفرضية العامة :

يرجع اهتمام الطلبة الجامعيين باللباس إلى الضغوطات النفسية و ما تدعو إليه الفردانية من استقلالية في الشخصية و التميز عن الآخرين و حرية الاختيار و الذوق و الاجتماعية كالتقليد و التشبه بالآخرين

الفرضيات الجزئية :

ترتفع نسبة اهتمام الطلبة الجامعيين باللباس من أجل إرضاء أنفسهم و لفت انتباه و إعجاب الآخرين وفق قيم و معايير أنتجها المجتمع .

تعتبر وسائل الإعلام من أهم العوامل المباشرة المساعدة على نشر ثقافة اللباس

الموضة اللباسية تزيد من إقبال الطلبة الجامعيين على اللباس العصري

الإمكانات المالية للطلبة تتحكم في اختياراتهم لأذواقهم فيما يخص جودة و نوعية اللباس

أهداف الدراسة :

السعي الى البحث عن الدوافع الاجتماعية و الذاتية لطالب في وسط المتغيرات الحضارية و الثقافية و الاقتصادية التي أثرت على تصورات و سلوكاته و منها اهتمامه أكثر باللباس

كشف حقيقة اللباس و توضيح الأبعاد و الدلالات النفسية و الجمالية و الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية التي يرمي إليها من خلال القيم و المعايير الاجتماعية التي تم إنتاجها و الرموز و المعاني التي يحملها و يرمي إليها

باعتبارها مجال حيوي مهم في حياة الأفراد لا يمكن الاستغناء عنه .

الوقوف على الحياة الاجتماعية الواقعية للشباب الجزائري منهم الطلبة الجامعيين في إطار المجمع العصري الذي يسمى بمجتمع الاستهلاك و الذي يتطلب اتفاق مالي إضافي خاصة في مادة اللباس و في جانب الكماليات باسم العصرية و الموضة على حساب الحاجيات الضرورية، و هذا بناء على ما تسوقه وسائل الإعلام من خلال الإشعار و الإعلان و الدعاية عن المنتج و الوصول في الأخير الى إنتاج تصورات خاطئة عن المستهلك و التي يقع الشباب ضحيتها .

البحث عن مدى تأثير المستوى المعيشي و الطبقي و الثقافي و المكانة و الدور الاجتماعيين على توجه الطلبة الجامعيين و اختياراتهم لنوع اللباس .

مجتمع الدراسة :

نظرا لإمكانياتنا المادية و قلة الوقت لإجراء دراسة شاملة على مجتمع البحث كان لزاما علينا تحديد مجتمع البحث من أجل الحصول على عينة ممثلة ، و من أجل التحكم أكثر في الموضوع تم أخذ الطلبة الجامعيين الذكور فقط حتى نصل إلى نتائج أكثر دقة و موضوعية .

أهم النتائج :

يشكل اللباس أحد الضغوطات النفسية و الاجتماعية على الفرد فمن أهم الدوافع التي تؤدي بالطلبة الجامعيين إلى زيادة الاهتمام باللباس و هو لفت انتباه و إعجاب الآخرين.

تعتبر وسائل الإعلام من أهم العوامل المباشرة على نشر ثقافة اللباس خاصة لدى الشباب بفعل تأثير مشاهدة التلفزيون و استعمال الانترنت و مطالعة الكتب و المجلات و قراءة الجرائد...إلخ.

تعتبر الموضة من أهم العوامل التي تدفع بالشباب الى الاهتمام باللباس، خاصة منهم الطلبة الجامعيين بصفتهم يحتلون مكانة اجتماعية يسعون من خلالها للتميز عن الشباب الآخرين .

يعرف اللباس المستورد من الدول الغربية الأوروبية منها و الأمريكية إقبال من طرف الشباب خاصة شباب المدمن الكبرى لما تتوفر عليه من محلات و دور العرض كما أن الحياة فيها تتطلب حسن المظهر و الأناقة، والأهم من هذا لما يتميز به اللباس المستورد من صفات و مقاييس في الإنتاج سواء من حيث المادة المستعملة او التصميم إلا انه يتطلب إمكانيات مالية جعلت من الطلبة يبحثون عن العمل و ممارسة بعض النشاطات الى جانب دراستهم من اجل مدخول مالي إضافي لتلبية حاجياتهم من اللباس .

الدراسة الثانية :

الباحث : بلعربي عبد القادر

عنوان البحث : علاقة الطالبة الجامعية باللباس ،رسالة لنيل شهادة الماجستير في الأنثروبولوجيا ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ،2009/2008.

إشكالية الدراسة :

عرف الإنسان اللباس منذ وجوده على هذه الأرض ، و شعر بأنه ضرورة بيولوجية و اجتماعية و حاجة أساسية لحياته ، مثل بقية الحاجات الأخرى ، و لذلك أعطاه العناية اللازمة و الاهتمام الأوسع و ما يدل على ذلك ما تواتر من روايات عن ثقافة الإنسان البدائي إلى حضارة الإنسان المعاصر .

و تاريخ اللباس يبين بأنه قد مر بعدة تغيرات و تطورات تبعا للبيئة و المواد الموجودة ، فكان في البداية مكونا من أوراق التين الملفوفة حول وسط الجسم و التي اتخذها الإنسان لستر عورته حين أحس بالتعري و حاجته إلى وقاية جسده، و من الناحية الدينية الإسلامية كما ذكر في القرآن : "...فلما ذاقا الشجرة بدت لهما سوءتهما و طفا يخرصان عليهما من ورق الجنة ...".

التساؤل الرئيسي :

- فماذا تلبس الطالبة في الجامعة ؟ و كيف يكون شكل لباسها في ظل هذه المعطيات الثقافية الجديدة؟
التساؤلات الفرعية :

- لأي غرض تضع الطالبة الجامعية نوعا معينا من اللباس ؟.

- ماهي السلوكات و الممارسات اللباسية للطالبات في الفضاء الجامعي ؟ .

- على ضوء الاختلاف الثقافي الموجود في جامعة، كيف تتصور كل طالبة نوعية اللباس المناسب و المفضل لهذا الفضاء الاجتماعي الجديد ؟.

أهداف الدراسة :

يحتل اللباس جزءا هاما من حياة المرأة ، و جانبا أساسيا من الجوانب الاجتماعية حيث تجد المرأة نفسها أمام نفسها تقلبات و تغيرات لباسية من وقت لآخر مما يدفعها إلى الاستفسار عن كل ما هو جديد في عالم اللباس و الموضة، و كل ذلك يدخل في عدة تعقيدات يصعب في الكثير من الأحيان الوقوف على مبررات هذا التغير المستمر للأنظمة اللباسية .

و رغبة في التعرف على أسرار اللباس الأنثوي و أشكاله و أنواعه و الوصول إلى المعطيات الثقافية و الخصائص البيئية و المحلية التي تحدد اللباس و تعطي له قوانين و عادات و تقاليد و طقوس ، قمنا بهذا البحث الذي سيعطينا جانبا من تاريخ اللباس ، إضافة إلى اكتشاف كافة الألبسة المخصصة للخروج الموجودة في الجامعة ، و كنموذج لذلك تم اختيار جامعة مستغانم ، كما أردنا أن نقف على الأغراض و الأهداف التي تدفع إلى تنوع اللباس و اختلاف تفصيلاته و تغير ألوانه و أشكاله حتى أصبح محط أنظار النساء و الرجال.

مجتمع الدراسة :

للقيام بالبحث و دراسة ظاهرة اللباس في الجامعة ، قصد التعمق في انثروبولوجية اللباس و الثياب عند الطالبات اللواتي يزاولن دراستهن في التعليم العالي و بالأخص في جامعة خروبة بمستغانم ، حيث نجد مزيجا من الثقافات المختلفة (حضرية، ريفية ...).

نتائج الدراسة :

الجامعة هي فضاء جديد لأغلبية الطالبات ، و مكان للحرية و التخلص من المراقبة الذكورية لأفراد الأسرة . يتوفر الفضاء الجامعي على مجموعة من الأشكال اللباسية المتنوعة و تنوعها يركز على القطع المكونة للباس ككل

تساعد هذه القطع الجديدة الطالبة على التحرك بكل خفة و رشاقة مشيا أو جريا أو جلوسا على الأرض أو على المدرجات أو أي مكان آخر، دون الخوف من التعثر و الانكشاف المفاجئ. تتمسك بعض الطالبات بما يسمى بالحجاب أو الجلباب و يدافعن عنه بأنه الأنسب بحكم أنه لا يكشف جسد الطالبة الذي يثير شهوة الذكور.

7. مفاهيم الدراسة :

تعريف الثقافة :

التعريف اللغوي :

ورد في لسان العرب ثقف الشيء ثقفا و ثقافا و ثقوفة ، و ثقف الرجل ثقافة أي صار حاذقا خفيفا .⁶

التعريف الاصطلاحي :

يعرفها تايلور (1871) "بأنها ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة و المعتقدات و الفن و الأخلاق و القانون و العرف و كل القدرات و العادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في المجتمع ." " إنها الرقي في الأفكار النظرية و ذلك يشمل الرقي في القانون و السياسة و الإحاطة بقضايا التاريخ المهمة و الرقي كذلك في الأخلاق أو السلوك ، و أمثال ذلك من الاتجاهات النظرية ".⁷

خصائص الثقافة :

نميز في الثقافة مجموعة من الخصائص هي :

- الثقافة نتاج المجتمع ، أي بدون مجتمع لا توجد ثقافة .
- الثقافة تعتبر بمثابة قانون لأفراد المجتمع ، فهي تسيّر أفرادهم و تضبط سلوكياتهم .
- الثقافة و رغم انها استمرارية و تنتقل الثقافة من جيل لآخر، لكنها تتغير حسب تغير المجتمع.
- تأثير الثقافة ينتقل بين الأفراد بطريقة لا شعورية .⁸

⁶ ابن منظور، معجم لسان العرب ،دار العراق ،15-09-2021، <http://wiki.dorar-aliraq.net> ،
⁷لزهرة مساعدي ، في مفهوم الثقافة و بعض مكوناتها ، مجلة الذاكرة ، العدد التاسع ، تصدر عن مخبر التراث اللغوي و الادبي في الجنوب الشرقي الجزائري ، جوان 2019، ص34.

⁸ الاستاذ على عبد الرزاق و آخرون، علم الاجتماع الثقافي ،دار المعرفة الجامعية ،مصر، 2005، ص122

أنواع الثقافة :

يبرز العلماء اليوم ثلاثة أنواع للثقافة و هي :

- ثقافة خاصة بالمجتمع وحده و هي تنشأ من المحيط الذي يعيش فيه أعضاء المجتمع ، و ثقافة الأمة هي التي تنتج عن الظروف التاريخية التي يشاركها الأفراد ، أما الثقافة العالمية فهي تلك التي تنشأ اليوم بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي و هي تسعى إلى القضاء على الثقافات المحلية و التقليدية .⁹

وظائف الثقافة :

هناك مجموعة من الوظائف التي تقوم بها الثقافة و هي :

- تحدد للفرد موقفه فهي توضح له معاني الأشياء و الأحداث بحيث تعتبر هي المرجع الأساسي له الذي يحدد به ما هو منطقي و ما هو غير منطقي و تزوده بالقيم و الأخلاق .
- تحدد الاتجاهات و القيم فالفرد يكتسب من ثقافته أهدافه و قيمه يتعلمنا بطريقة لا شعورية تماما كما يتعلم اللغة .
- تزود الفرد بأنماط السلوك حيث يجد منذ ميلاده مجموعة من أنماط السلوك تنظم له حياته، و عليه فقط أن يتعلمها و يتبعها .¹⁰

تعريف التغير الثقافي :

"يعبر التغير الثقافي عن التغير الذي يحدث في أجزاء الثقافة أي في بنائها أو في عناصرها أو في مضمونها و ذلك حسب تعريف "هولنكرانس1980" أي بمعنى آخر المقصود بالتغير الثقافي كل المتغيرات التي تحدث في كل عنصر من عناصر الثقافة مادية كانت أم غير مادية بما في ذلك الفن و التكنولوجيا و الفلسفة و الأدب و العلم و اللغة و لأذواق الخاصة بالمأكل و المشرب أو وسائل المواصلات و النقل و الصناعة ، كما يشمل فوق ذلك كل التغيرات التي تحدث في أشكال و قاعدة النظام الاجتماعي ." .

"مالينوفسكي" يعرف التغير الثقافي بأنه العملية التي يتحول بمقتضاها و بدرجة متفاوتة من السرعة النظام القائم في المجتمع و تنظيمه و معتقداته و معارفه و أدوات العمل فيه و أهداف المستهلكين .¹¹

عوامل التغير الثقافي :

✓ الاكتشاف :

"محصلة الجهد البشري المشتركة في الإعلان المبدع عن جانب من الجوانب الحقيقية القائمة بالفعل ومن محصلات الجهد البشري المبدع، ويعتبر الاكتشاف إضافة جديدة لمخزون المعرفة الحية البشرية عبر تاريخها

⁹ مرجع نفسه .علي عبد الرزاق جبلي و آخرون ، ، ص 183-185

⁸ دلال أستيتية، التغير الاجتماعي و الثقافي ، ط2، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008، ص76

⁹ إشكالية التغير الثقافي تم النشر بتاريخ: 2014-12-22، http://education.blog-spot.htmh، 01-05-2023.

الطويل الممتد ولا يصبح الاكتشاف عاملا محدثا للتغيير الاجتماعي إلا بعد استخدامه من قبل المجتمع وقد أصبح الاكتشاف جزءا من القاعدة الثقافية التي يستخدمها أفراد المجتمع عند إصدار حكمهم أو تقييمهم للممارسات الجارية".

✓ الاختراع:

"يرى علماء الاجتماع أن الاختراع لا يقتصر على الجانب المادي من الثقافة بل يتضمن بالضرورة الجانب الغير مادي منها، ورى وليم اوجبيرن أن الاختراع مفتاح التغير ثقافي، وان الثقافة ككل وليدة الاختراع، ويعرف ميل الاختراع بأنه توليف جديد لسمتين ثقافيتين أو أكثر مع استخدامه في زيادة محصلة المعرفة والوجود بالفعل".

✓ الانتشار:

" يشير الانتشار الى العمليات التي تتيح تماثلا ثقافيا بين مجتمعات متباينة كما أن معظم التغيرات الثقافية التي تحدث في المجتمعات الإنسانية المعروفة، تتطور من خلال الانتشار ولا تتم عملية الانتشار بين مجتمع وآخر، و إنما قد تحدث داخل المجتمع الواحد بانتشار الخصائص الثقافية من جماعة لأخرى، فعلى سبيل المثال نجد أن السود في الولايات المتحدة الأمريكية هم أول من اشتهروا بموسيقى الجاز، وما لبثت الى أن انتقلت الى مجموعة أمريكية أخرى ثم انتشرت أخيرا في مجتمعات غير أمريكية".

تعني عملية الانتشار الثقافي انتقال العادات و التقاليد و جملة القيم الثقافية من مجتمع لآخر، بحيث ينتج تماثلا ثقافيا بين المجتمعات .

✓ وسائل الاتصال الإعلامي:

" عندما تتيح التقنية الحديثة لوسائل الاتصال الإعلامية في ظل ثورة المعلومات مختلف صنوف الأدب و الموسيقى الدراما و العلوم المتنوعة الأخرى لأعداد متزايدة من أفراد المجتمعات الإنسانية، فان القياسات الفكرية الذهنية السائدة تأخذ فالتحول بشكل ملحوظ فقد أصبح توجيه الثقافة الجماهيرية حديثا نحو التسلية و امتناع أعداد متنامية من الأفراد، صناعة كبرى هامة تستثمر خاصة من قبل المجتمعات ذات السبق و التقدم التقني في هذا المجال، والتي تصدر صناعاتها أي مجتمعات أخرى مما يزيد في سرعة الانتشار الثقافي".

وإذا كانت وسائل الاتصال الإعلامية تؤثر في زيادة التثقيف و تنوع المعرفة لدى الجمهور فان مضامين المادة الإعلامية بما تحمله في طياتها من سمات ثقافية قد تهدد نسق الثقافة التقليدية كما تحدث تغيرات ملموسة في سلوكيات الجمهور".

إن وسائل التواصل الحديثة و ما سببته من الانتشار السريع للمادة الثقافية و دورها أيضا في زيادة التثقيف و التوعية و تنوع المعرفة لدى الجمهور فإنها بهذا تزيد من خطر طمس الثقافة التقليدية و إنتاج ثقافة و سلوكيات و ممارسات جديدة داخل المجتمع .

أنماط التغيير الثقافي:

يمكن توضيح نمطين مهمين هما نمط تغيير داخلي ناتج عن عوامل داخلية و نمط تغيير خارجي ناتج عن مؤثرات خارجية و هي كالآتي :

التغيير الثقافي الداخلي : يحدث التغيير الثقافي نتيجة لمجموعة من العوامل و العمليات الداخلية وهي الميكانيزمات الثقافية التي تتبع من المجتمع الأصلي، ومن هذه العمليات الثقافية الاختراع، الاكتشاف و التجديد. التغيير الثقافي الخارجي: يعني الانتشار نقل المواد الثقافية على المستوى الأفقي من مكان آخر، وقد استخدم تايلور هذا المصطلح في كتابة الثقافة البدائية وهو يشير الى توزيع الخرافات (الاساطير) وفي موضع آخر يشير تايلور الى ان الانتشار قد نهض للإجابة عن سر تشابه كثير من السمات و العناصر الثقافية في مجتمعات متباعدة عن بعضها البعض وكانت ايجابية تتلخص في إن التشابه مرجعه الى انتشار الثقافة وهجرتها و انتقالها من مصدر واحد او من عدة مصادر او المراكز المشتركة.¹²

المقاربة النظرية:

نظرية الانتشار الثقافي:

هي نظرية أنثروبولوجية ظهرت في ألمانيا نهاية القرن 19 بهدف استبدال قوانين التطور بقوانين الانتشار، إذ لاحظ أنصارها وجود سمات ثقافية متشابهة في مجتمعات مختلفة فسروها باستعارة السمات و انتشارها انطلاقا من عدد صغير من المراكز الثقافية، كما أكدت الانتشارية على أهمية عامل الانتشار في نمو الثقافة البشرية و أبانت عن أهمية الاستعارة المستمرة و المشتركة للسمات و الخصائص الثقافية في حياة البشر.

إن الانتشار يعبر عن عملية تنتشر بموجبها السمات الثقافية من منطقة لأخرى و من مجتمع لآخر إلى أن تعم تلك السمات الثقافية أرجاء العالم ، و نميز نوعين من انتقال السمات الثقافية منهما ما ينتقل من جيل لآخر داخل المجتمع الواحد ، أما الثاني فيعني انتقال السمات الثقافية من مجتمع لآخر.¹³

بمعنى أن أهم مميزات الثقافة هي سمة الانتشار إما من جيل لآخر أو من مجتمع لآخر ، و كان إليوت سميث أول من حمل لواء هذه النظرية في بريطانيا حيث أوضح رأيه في هذا الموضوع في كتابه هجرات الثقافة القديمة سنة 1915.¹⁴

و إذا طبقنا نظرية الانتشار على ظاهرة اللباس لدى الشباب الجزائري بصفة عامة ، فسلاحظ وجود أنماط لباس جديدة بعيدة كل البعد عن ثقافة المجتمع ، وأن مجموعة الأنماط الجديدة التي أصبح يتبناها الطالب الجامعي بصفة خاصة أصبحت مربوطة بالثقافات الأجنبية خاصة ما تعلق بالثقافة التركية و الكورية و الأوروبية في

¹² نفس المرجع، دلال استنيتيه، ص93-99

¹³ علي الحوات، النظرية الاجتماعية، منشورات elga مالطا، 1998، ص189

¹⁴ محمود إسلام الفار ، معجم علم الاجتماع(عربي،انجليزي)، الطبعة الثانية، دار المعارف،149،2001.

بعض الأحيان و سرعان ما انتشرت هذه الثقافات الدخيلة بفعل وسائل التواصل الجديدة التي أصبحت تساهم و بشكل كبير في نشر الموضة اللباسية و بشكل سريع جدا .
لهذا فإن ما نراه الآن من تعدد أشكال و أنواع و ألوان اللباس التي يرتديها الطلبة الجامعيين ما هي إلا نتيجة انتشار الثقافات العالمية بشكل سريع و ذلك يعود إلى وسائل التواصل الجديدة.

تعريف إجرائي للثقافة :

هي مجموعة العادات و التقاليد التي تنتقل من جيل إلى جيل، لكنها تتغير و تتطور وفقا لمجموعة متغيرات، و قد تنتشر ثقافة مجتمع ما إلى بقية المجتمعات لتصبح ثقافة عالمية.

تعريف الشباب الجزائري إجرائيا:

نقصد بالشباب في دراستنا الطلبة الجامعيين الجزائريين و لهم مرونة في استخدام وسائل التواصل الجديدة.

تعريف الطالب الجامعي إجرائيا :

هو الفرد الذي يزاول دراسته في الجامعة ، و نخص في هذه الدراسة طلبة جامعة محمد خيضر كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية بالقطب الجامعي شتمة.

الفصل الثاني: اللباس

الفصل الثاني: اللباس

تمهيد

أولاً: ماهية اللباس

ثانياً: ماهية الموضة.

ثالثاً: اللباس بين الماضي و الحاضر.

رابعاً: أشكال اللباس عند الطلبة.

- تمهيد :

لقد ارتدى الناس منذ وجودهم على سطح الأرض ملابس استخدموها نتيجة حاجة معينة و كوسيلة للتكيف مع البيئة ، ومع تطور الإنسان و زيادة اكتشافاته للمواد الخام و رغبته في جعل هذا اللباس عنصرا مهما لحياته الاجتماعية ، زاد تنوع الألبسة و تنوعت مع ذلك أشكالها و تفصيلاتها.

يروى أن الإنسان منذ آلاف السنين ارتدى نوعاً ما من الملابس. و قد صنع الإنسان أول نوع من الملابس من الفراء وجلود الحيوانات التي اصطادها، وتعلم بمرور الزمن كيف يستخدم مواد أخرى في صنع ملابسه. واستطاع كذلك أن يخترع الأدوات والآلات التي يستخدمها في صناعة النسيج والملابس.

تم التعرف على أنواع الألبسة التي استخدمها الإنسان منذ العصور القديمة و في الفترة الممتدة من 5000 سنة قبل الميلاد إلى غاية القرن الخامس الميلادي، عن طريق "التمائيل و المزهريات و اللوحات الجدارية و الحلي ... و عن طريق الثياب المنسوجة و بعض الأدوات الجلدية " ، اختلفت الألوان التي كانت تُزين اللوحات الجدارية والتمائيل القديمة بفعل السنين، ولهذا السبب تبدو الثياب في تلك الجدران والتمائيل بيضاء أو باهتة اللون. وكان قدماء المصريين يرتدون فعلاً البيضاء، ولكن هناك شعوباً أخرى مثل قدماء الرومان الذين كانوا يسكنون بومبي أظهرت الاكتشافات الأثرية على الجدران في القرن الثامن عشر والتمائيل أنهم كانوا يرتدون ثياباً زاهية الألوان.

أولاً : ماهية اللباس

1. تعريف اللباس :

"الأزياء في تعريف علماء اللغة تعني هوية الشعب ، و اللباس يختلف من شخص لآخر و من طبقة لأخرى في المجتمع ، و من منطقة إلى منطقة و من بلد إلى بلد ، تتحكم فيه العوامل الجوية و البيئية و الجغرافية و الاجتماعية و التاريخية و الاقتصادية و النفسية و الدينية و السياسية في كل مكان ."

"تعتبر الملابس من أهم المستلزمات و الضروريات الشخصية اليومية ، و في نفس الوقت تؤثر في النشاط الاجتماعي ، ولذلك فهي راسخة و قوية في الحياة الاجتماعية في أي عصر، و لكن طرز الملابس التي نرتديها والاختيارات الملبسية التي نحددها هي أولاً و قبل كل شيء محددة و مقيدة بنوع المجتمع الذي نعيش فيه"¹⁵

2- اللباس في القرآن الكريم و الحديث الشريف :¹⁶

تكن أهمية اللباس في ستر الجسد و ظهرت هذه الحاجة منذ الخلق الأول للبشرية، حيث كان آدم و حواء أول من استعمل اللباس لستر عورتها في قوله تعالى : "فوسوس لهما الشيطان ليبيدي لهما ما وورى عنهما من سواتهما و قال ما نهاكما ربكما عن هذه الشجرة إلا أن تكونا ملكين أو تكونا من الخالدين (20) و قاسمهما إني لكما لمن الناصحين (21) فدلاهما بغرور فلما ذاقا الشجرة بدت لهما سواتهما و طفقا يخصفان عليهما من ورق الجنة و ناداهما ربهما ألم أنهكما عن تلكما الشجرة و أقل لكما إن الشيطان لكما عدو مبين (22)."¹⁷

و بعد نزول آدم و زوجته إلى الأرض ذكر اللباس في قوله تعالى " ...يا بني آدم قد أنزلنا عليكم لباسا يواري سواتكم و ريشا و لباس التقوى ذلك خير(26)¹⁸. فقد وضح لنا القرآن الكريم بأن اللباس هو ما يستر العورة حسبما كان نوعه ، و أن أول لباس كان ورق من الجنة ستر به آدم و زوجته به سواتهما.

ورد اللباس في الحديث النبوية في عدة مواضع و بمعاني مختلفة منها ما كان يدعو به النبي صل عليه وسلم لقوله "إذا لبس أحدكم ثوبا فليقل الحمد لله الذي كساني ما أوارى به عورتى و أتجمل به في حياتي.

و عن أبي سعد الخدرى قال "كان رسول الله صل عليه و سلم إذا استجد ثوبا سماه باسمه قميصا أو إزارا أو عمامة و يقول "اللهم لك الحمد أنت كسوتنيه ، أسألك من خيره و خير ما صنع له و أعوذ بك من شره و شر ما صنع

له "

¹⁵ عليا عابدين، دراسات في سيكولوجية الملابس ، مدينة نصر ، دار الفكر العربي ، ط1، 1996 ، ص43.

¹⁶ بوتقرات رشيد ، ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع ، جامعة الجزائر، 2006/2007، ص61 .

¹⁷سورة الأعراف ، (22-19).

¹⁸نفس المرجع ،سورة الأعراف (26-25)

و كان النبي صل الله عليه وسلم يحث أمته الإكثار من لبس الثياب الأبيض لما فيه من طهارة و جمال و هذا سواء للأحياء منا أو للأموات ، لما روي عن سيره بن جندب أن رسول الله صل الله عليه و سلم قال "عليكم بالبياض من الثياب فليلبسهما أحياءكم و كفنوا فيها موتاكم فإنها من خير ثيابكم " و عن أنس ابن مالك قال "أحب الثياب إلى رسول الله صل الله عليه وسلم الحيرة " بكسر الحاء و فتح الباء و هي ثياب من كتان أو قطن محبرة أي مزينة".

3- رمزية اللباس :

"يلعب الخيال الرمزي في اختيار نمط اللباس معين دورا هاما لا يستهان به ، خاصة عندما يتعلق الأمر بميدان الخيال الإبداعي ، إذ يساهم بصورة كبيرة في إعداد و اختيار الأشكال و التصاميم المناسبة و المتنوعة لمختلف أنواع اللباس المستحدثة على حسب الذوق ، الميول و الرغبات ، و كذلك حسب التوجهات الفكرية و الثقافية التي يتبناها الأفراد و المجتمعات ، و سواء تعلق الأمر بالطابع الفلكلوري المحلي و التقليدي أو الغربي أو الديني أو المزج بين هذه الطبوع فيما بينهما فقد زاد إذن الاهتمام أكثر فأكثر باستحداث صناعة و تصميم الأقمشة خصوصا بعد الانتشار الواسع لوسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة ، كالانترنت و مجلات الموضة و القنوات الإعلامية المتخصصة مع تطوير تقنيات الإشهار و التسويق... إلخ ، حيث أثر ذلك على توسع الخيال لدى الزبائن و تفننهم في الاقتناء و المزج بين مختلف الألبسة المتوفرة في الأسواق العالمية أو المحلية ، مع تزويدهم بفرص الإشباع المرتبط بظهور الأصناف الجديدة ".

إن رمزية اللباس تختلف من مجتمع لآخر ، فكل لباس يمثل رمزا معيننا داخل مجتمع معين و يمثل الميول و الرغبات و التوجهات التي يتبناها الفرد و قد ساهمت وسائل التواصل في تطوير خيال الزبائن و أصبح الفرد يتقن في اقتناء مختلف الألبسة العالمية والمحلية.¹⁹

4-دوافع اقتناء اللباس :

من أهم دوافع اقتناء اللباس ما يلي :²⁰

الحماية : (LA PROTECTION)

كان اللباس عند الشعوب البدائية يؤدي وظائف بسيطة مثل :الوقاية من المؤثرات الطبيعية كالحرارة و البرودة ، فكان الناس يغطون أجسامهم و رؤوسهم من أشعة الشمس و من الثلوج و البرد و الريح و المطر... إلخ .

¹⁹ رشيد بلعبيسي ،نوعية الأغلفة النفسية و الخيال الرمزية من خلال طريقة اختيار اللباس ، دراسات نفسية تربوية ، مخبر

تطوير الممارسات النفسية و التربوية ،العدد 18 ، 18 جوان 2017 ، جامعة الجزائر 2 ، ص 187- 189 .

²⁰رشيد بلعبيسي ، اختيار نمط اللباس "الأغلفة النفسية و الجسدية" ، مذكرة ماجستير في علم النفس قسم النفس و الأروطوفونيا ،

جامعة الجزائر ،2009-2010 ،ص25 .

و تستعمل الملابس كذلك للحماية من أخطار الطبيعة: كلسعات الحشرات، و تقلبات الطقس، فهي بمثابة الصوف الذي تمتاز به الحيوانات.

حتى استعمال الألوان يختلف حسب الفصول و هذا ما يمتد إلى غرس ثقافة اللباس و ثقافة الزراعة التي تتناسب مع تلك المنطقة و عاداتهم اللباسية .

الاحتشام: (LA PUDEUR)

تولدت الحاجة للاحتشام منذ خلق الإنسان و لهذا نجد الاحتشام موجود حتى عند القبائل البدائية بدءا من تغطية الجسم بورق الشجرة ثم جلود الحيوانات ثم بعدها اللباس: كما أن كل الأديان السماوية ركزت على سترة الإنسان لبعض أعضائه.

و هو أيضا عامل تتحكم فيه تقاليد و عادات المجتمع و عليه فالاحتشام يختلف من مجتمع لآخر و لهذا نجد دائما الموضة تتصارع مع العادات و التقاليد حيث ترفض في أول الأمر لم تتميز به في غالب الأحيان من كشف الجسم لكن بعد انتشارها يتعود عليها .

الزينة و الجمال: (Décoration et beauté)

يرجع اهتمام الناس بالزينة و الجمال و حب الظهور إلى اعتبار أن المظهر الخارجي هو الذي يحدد أسلوب العلاقات بين الأفراد ، و تختلف درجة التزين بين المجتمعات و حسب الثقافات ، و نوع الزينة التي يضعها الشخص فهي تختلف حسب الجنس و العمر ، و عادة ما يكون الهدف من التزين هو توفير الراحة النفسية و إرضاء للضمير و الشعور بالسعادة.

" و تختلف المجتمعات في طريقة التزين باختلاف ثقافتها ، كما أن التطور ليس نفسه في كل المجتمعات حيث تساهم الاكتشافات و الإبداعات في خلق مواد و طرق جديدة للتزين و هو ما يطلق عليه اللباس العصري أو الموضة و هذا كله من أجل الظهور أمام الآخرين أكثر جمالا و تتحكم في هذا المكانية الاقتصادية و الاجتماعية للفرد و حتى التزين ليس نفسه بالنسبة للمرأة و الرجل "

لفت انتباه الآخرين :

يعد اللباس و المظهر من أهم الوسائل التي يستعملها الفرد من أجل لفت انتباه الآخرين ، و هذا خاصة عند فئة الشباب و المراهقين و ما تتميز به هذه الفئة من حب الظهور و التطلع، كما أن المظهر هو أول ما يحكم عليه من طرف الآخرين "ما يرتديه الفرد يعبر عن مستواه الاجتماعي و وظيفته "

الموضة: (La mode)

يتغير و يتنوع اللباس من وقت لآخر و من جيل إلى جيل و هذا التجديد يطلق عليه الموضة ، و فئة الشباب عامة و الطلبة الجامعيين هم أكثر إقبالا عليها بسبب اتساع دائرة محيطهم و علاقاتهم الاجتماعية ، و لما تستعمله من أساليب تعمل على جلبهم و التأثير فيهم من خلال وسائل التواصل الجديدة ، بالإضافة إلى ذلك فالفرد بطبيعته يميل إلى ما هو جديد .

تحقيق الذات :

للملابس تأثير قوي على نفسية الطالب ، و لهذا يعمل دائما على تحقيق ذاته من خلال اللباس فلكل فرد تصورات و قدرات تسمح له ببناء صورة عن نفسه و التي يطمح الى تحقيقها في الواقع و التعبير عنها من خلال لباسه ، حيث يعمل على أن يكون مميزا عن الآخرين و ذلك بالظهور دائما في صورة جميلة باختياره اللباس المناسب الذي يخفي عيوبه و نواقصه ، و هناك نجد نوعين منهم من يحقق ذاته من خلال ارتداء اللباس التقليدي و منهم من يختار لباس عصري .

التكيف مع الآخرين :

ونجد خاصة عند الشباب حيث يقوم بتقليد الآخرين بدءا من العائلة و الأصدقاء وصولا إلى النجوم العالميين و المؤثرين في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي... الخ ، و هذا تعبيرا على الانتماء للمجموعة التي اختارها و هو ما يعبر عنه السباب الجامعي اليوم من خلال الموضة اللباسية و هذا يحدث من خلال التفاعل بين الأفراد و بين المجتمعات ، بوسائل عدة منها وسائل التواصل التي تعمل على التبادل الثقافي ، و يساعد الانتماء على تنمية الثقة بالنفس و الاندماج مع الآخرين ، حيث كان اللباس قديما يعرف عن انتماء الفرد لقبيلة ما فكل قبيلة لديها لباس موحد يميزها عن القبائل الاخرى.

الدافع الديني :

كل الأديان السماوية تدعو الإنسان الى الستر و خاصة أمام الآخرين و هذا ابتداء من مرحلة الطفولة، و الدين الإسلامي يدعو الى ستر الجسد سواء للرجل أول المرأة ، و لهذا ما فيه من منافع للناس فالدين الإسلامي جمع بين جميع المنافع النفسية و الجسدية و الجمالية و الأخلاقية ، و لا يمكن الاستغناء عن أي من هذه الدوافع و كل فرد يعطي الدافع الذي يريده الأولوية عند اختيار لباسه و يعود ذلك الى المعايير و القيم الاجتماعية لمجتمعه .²¹

ثانيا : ماهية الموضة

1. تعريف الموضة :

يمكن تعريف الموضة بأنها عناصر او أنماط سلوكية لا منطقية و انتقالية تعاود الظهور في المجتمعات التي لا توجد بها رموز مستقرة للمكانة ، في الوقت الذي يسعى فيه أعضاؤها للحصول على اعتراف بمكانتهم ، و تعبير عن ذواتهم من خلال الميل الى المحاكاة و التقليد و التماثل بالأخر .

"كما أن الموضة لا تكتفي بوصف العادات اللباسية ، بل تعبر عن تيارات ثقافية تؤثر في مجالات مختلفة كالموسيقى و الأدب و الأكل ... ، و هي في المجال اللباسي تمثل كل العادات العابرة المرتبطة بالنماذج الجمالية الخاصة بكل مجتمع"

²¹ المرجع نفسه، رشيد بلعيسي .

الموضة اللباسية هي أيضا الطريقة ، الشكل ، العادة ، أو أيضا هي الرواج الخاص بزمن معين ، إذا كانت الموضة تعني الذوق اللباسي الحالي فهي تعني كذلك الأناقة و النحافة و الذوق الرفيع ، و في المقابل فهي انعكاس للممارسات المترتبة عن العادات و الأعراف ، و هي تعبر أخيرا عن النجاح والتألق و الإحساس بالوجود كعضو فاعل في المجتمع .

هي نمط ثقافي يتردد في الظهور و يوجد في المجتمعات ذات الأنساق الطبقيّة المغلقة، محاولة للتغيير عن الذات الفردية و الرغبات الخاصة إذا استخدم الفرد كوحدة للتحليل. . تقليد او محاكاة الطبقات الاجتماعية العليا إذا استخدمت الجماعة كوحدة للتحليل. حركة اجتماعية تعبيرية تعمل على إيجاد قناة يحدث من خلالها التغيير الجماعي ، كما تكون مسؤولة أيضا عن التغيير الاجتماعي بوجه عام .

يقول يونغ K.YOUNG : إن الموضة كشكل للسلوك تتعلق بالأشياء الشائعة في المجتمع كالملابس و الأثاث و المساكن.

بينما روبرت بيرستد R.Bersted من أولئك الذين يتبنون منظورا خاصا في دراسة الموضة ، فالفرد في رأيه يسعى إلى إيجاد نوع من التوازن بين مطالبه الشخصية و المطالب المجتمعية حيث يكون هناك ميل لدى الناس أن يكونوا في موقف مشابه لرفاقهم و أقرانهم ، و لهم الرغبة في تحقيق التوحد مع جماعاتهم ، لكنهم في الوقت ذاته يرغبون في التعبير عن فرديتهم المتغيرة .

كما شهد القرن التاسع عشر نوعا من الخياطة الرفيعة في شكل أعمال تقليدية على يد الخياط الانجليزي شارل فريديريك وارث charlefederic Worth وكان ذلك في سنة 1858 وكان أول إنتاج يوافق بعض المواصفات الأنيقة و تمثل في صنع الفستان الخاص بالرقص robe de bal. وتتطور الموضة بفضل رقي النسيج ، فالقطن أول مادة أساسية في صنعا الألبسة و التي تساعد في تطور الموضة ، و كان ينتج بكميات كبيرة في أوربا ، أما الحرير ذا المنشأ الصيني ، فالصناعة النسيجية تطورت بفضل مواد طبيعية حيوانية (اللان ، الحرير ، الصوف ، الكشمير ،...) أو نباتية (القطن، الكتان) .²²

2. خصائص الموضة اللباسية :

- سرعة انتشارها بين جميع فئات المجتمع خاصة بين فئة الطلبة الجامعيين .
- ارتباطها بالمظاهر و الكماليات مما يجعلها ملفتة أكثر للانتباه و الإعجاب .
- تنتقل أفقيا بين الأفراد و الجماعات و تختلف درجة التأثير بها لما يتمتع به الفرد من شهرة و مكانة اجتماعية.
- تتميز الموضة بالتغيير و التجديد و عدم الاستقرار و الثبات.²³

²² ثريا نصر، أزياء الشعوب ، عالم الكتاب ، مصر 1998، ص34
²³ المرجع السابق، بوتقرات رشيد .

3. الهدف من الموضة :

كانت بعض البلدان تفرض قوانين معينة قبل القرن التاسع عشر الميلادي لتنظيم موضة الثياب التي يرتديها المنتمون لطبقات اجتماعية معينة وكان الهدف من وضع قوانين الضبط هو الحفاظ على نظام الطبقات. فقد كانت تجبر الناس في بعض الأحيان على شراء منتجات وطنية مصنوعة في بلدهم، إذ صدر في إنجلترا إبان القرن السابع عشر الميلادي، على سبيل المثال، قانون يفرض على الرجال من الطبقات الدنيا ارتداء قبعات صوفية مصنوعة في إنجلترا. غير هذا القانون نفسه يسمح للرجال ممن يحتلون مكانة مرموقة في المجتمع أن يرتدوا قبعات مستوردة من فرنسا أو إيطاليا.

أما الآن فان الناس ينتهجون أساليب الموضة لأسباب متنوعة. فقد يرغبون على سبيل المثال في أن يُقروا أنفسهم بالفئات المختارة من الناس، إذ قد يتبع الموضة الجديدة على الفور الناس المرموقون، مثل الرياضيين ونجوم السينما والشخصيات السياسية وما يلبث آخرون أن يحذوا حذوهم، ويتبنوا الموضة الجديدة، ليقروا أنفسهم بهذه الفئات المتميزة، علماً بأن بعض الناس يعتقدون أن الملابس والمقتنيات التي تسير الموضة من شأنها أن ترفع من مكانتهم في الحياة ، يتيح إتباع الموضة للناس السبل الكفيلة بقبولهم من جانب الآخرين، ويسري هذا على الملابس والسلوك الاجتماعي، أكثر مما يسري على السيارات والبيوت وغيرها من الأمور التي لا يمكن غالبية الناس من تغييرها وتبديلها بشكل دائم. ولقد حاول كثير من الناس التعبير عن ولائهم وتبنيهم لمعتقدات سياسية واجتماعية معينة بارتداء الجينز. إلا أن الجينز ما لبث أن أصبح موضة مقبولة من جانب قطاع واسع ومتنوع من الناس.

يتبع الناس الموضة أيضاً ليُضفوا على أنفسهم المزيد من الجاذبية، ومن المعروف أن مقاييس الجمال تتبدل بتغير السنين، ويُزين الناس أنفسهم بما يتلاءم مع المقاييس المتغيرة للمجتمع. كما أن مظاهر الجمال تختلف من ثقافة لأخرى. فالناس في العديد من المجتمعات يستخدمون المساحيق مثلاً لزيادة جمالهم.

الموضة كطريقة لتمييز عن الآخرين :

الموضة هي طريقة لتعبير على الفردانية و التميز ، كشخص له حرية و استقلالية في اختيار أذواقه،وتهتم بها أكثر الطبقات العليا من المجتمع حتى تتميز عن بقية الطبقات الاخرى ، و كلما انتشرت الموضة عند بقية الطبقات أنتجت موضة جديدة مكانها ، و لهذا نجد الموضة دائماً في حركة ، و هذا الضغط الاجتماعي الذي تمارسه الموضة على أفراد المجتمع يمكن أن يؤدي إلى تهميش التقليدي للمجتمع و اندثاره ، و نلاحظ اليوم اهتمام الجنسين ذكورا و إناثا بالموضة اللباسية خاصة في فئة الطلبة الجامعيين .

الموضة كتحديد للهوية :

إذا كان اللباس التقليدي يمثل هوية شعب أو الهوية الجماعية لمجتمع معين فإن الموضة اللباسية و هي شكل من أشكال اللباس تعبر عن الهوية الشخصية للفرد و الفئة الاجتماعية ، فمن المعروف أن الموضة تستهوي أكثر فئة الشباب بصفة عامة و الجامعيين بصفة خاصة ، لأنه يمثل جماعة اجتماعية لها ثقافة فرعية .
الموضة تفتح على ثقافة أخرى :

مع مساهمة وسائل التواصل في نشر الموضة بشكل أسرع و أسهل انفتحت المجتمعات و الثقافات على بعضها البعض و أصبح هناك تبادل تجاري و خصوصية في الإنتاج تعكس ثقافة كل مجتمع و بالتالي أصبحت معظم الفئات الاجتماعية تستهويها السلع الأكثر شهرة عالميا و عليه تشابهت الأذواق و توحدت الرموز و المعاني التي تحملها السلع .²⁴

4. القيم و المعايير الاجتماعية و الموضة :

تعددت القيم و المعايير الاجتماعية للباس و اختلفت من ثقافة لأخرى و كمن مجتمع لآخر فالقيم هي اهتمام و تفضيل و الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة من المبادئ و المعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه و الذي يحدد المرغوب فيه. فتطورت القيمة المعطاة للباس و أنتجت حسب الظروف البيئية و التاريخية و الثقافية و حسب الإمكانيات المادية و الاقتصادية للمجتمع ، فعندما ظهر اللباس كان دوره حماية الجسم من التغيرات المناخية و سترة أعضاء الجسم من العين ، و بعدما تطورت الحضارة أصبح للباس دور الزينة و إكساب جمالية للجسم و بهذا أصبح للباس قيمة اجتماعية ، و من خلال التفاعلات بين مختلف الثقافات و المجتمعات فإنه يتم إدخال قيم و معايير جديد للمجتمع تعبر عن الواقع الاجتماعي و التاريخي و الاقتصادي و الثقافي الذي يعيش فيه الفرد ، مما يخلق الشعور بالهوية و الانتماء لدى الفرد الذي يمثل لهذه القيم و المعايير و التي بواسطتها يستطيع الاندماج و التفاعل مع باقي أفراد مجتمعه .

5. الشباب و ظاهرة الموضة :

الشباب الجزائري كباقي الشباب الذي اهتم بالموضة خاصة مع انفتاح الاقتصاد العالمي و الإعلامي الذي عرفته الجزائر منذ بداية التسعينات ، و أصبحت السلع الآسيوية و الأوروبية تغزو الأسواق الجزائرية خاصة في مجال الألبسة هذا الأخير الذي يعرف حركية و تنوع و طلب من طرف الشباب ، فإلى جانب تأثير الفضائيات في بداية الأمر إلى أن وسائل التواصل الجديدة أثرت بشكل أكبر على إقبال الشباب على الموضة اللباسية ، حيث أصبح نجوم لغناء و الرياضة و المؤثرين على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي مقاييس للأناقة و الجمال ليس هذا فحسب بل أصبح الطلبة يقبلون على الألبسة التي تحمل أسماء مشاهير .

²⁴المرجع نفسه، بوتقرات رشيد

و عليه فإن التغيير الاقتصادي أدى إلى تغيير ثقافي و اجتماعي مما نتج عنه تغيير في العادات و التقاليد بما فيها القيم و المعايير الثقافية التي يتميز بها اللباس العصري أو المتعلق بالموضة التي تقاس بها مكانة الفرد و انتماءه الاجتماعي و الثقافي ، فأصبح أغلبية الطلبة يلبسون على الطريقة الغربية التي تعبر عن التحضر و التقدم و مسايرة العصر و الموضة ، و هذا من خلال اقتناء اللباس ذات الصنع الأجنبي و الحامل لعلامات تجارية مشهورة و التي ترمز الى فئة الشباب و التفتح الثقافي و التعبير عن مكانة الطالب الاجتماعية

ثالثا : اللباس بين الماضي و الحاضر

إن ما يميز مجتمعاتنا اليوم هو سرعة التغيير على جميع المستويات الاجتماعية و الثقافية ، و ما توصلنا إليه اليوم لم يكن نتاج فرد واحد و إنما هو تراكم معرفي لأجيال متتالية حرصت على ترسيخ معاييرها و قيمها الثقافية و لكن قد تتصادف المجتمعات بمشكلات في تحقيق هذا الهدف و خاصة في ظل تطور وسائل التواصل الجديدة التي أثرت على خيارات الأفراد اليوم ، فاللباس مثلا قد مرت بتغيرات عبر الأزمنة و تغيرت معه طرق و دوافع استعماله ، فيقدر ما يعبر عن امتثال الفرد للقيم و المعايير الاجتماعية فهو أيضا يعبر عن حرية اختياره و استقلالية أذواقه ، و هذا بفعل ما أنتجته المجتمعات الحديثة من تصورات و أنماط سلوكية عبر مختلف وسائل التواصل الجديدة ، و ما يتوجه إليه الشباب من تقليد الأجانب .

و انطلاقا من كوني طالبة في جامعة محمد خيضر فإنني أشهد على التغيرات التي شهدتها لباس الطلبة ، فبعكس السنوات الأولى في الجامعة التي كان فيها الطلبة من الجنسين يميلون إلى اللباس المحافظ و المحتشم و كان الاهتمام بمظهر اللباس يقتصر على مراعاته للمعايير الثقافية و الاجتماعية للمجتمع ، أما اليوم ومع بالتطور الذي شهدته وسائل التواصل الجديدة فإن الاهتمام بالمظهر اللباسي أخذ حيزا كبيرا عند الطلبة ، فمن الملاحظ اليوم اختلاف الأنماط اللباسية عند الطلبة إناث و ذكور فالموضة لم تعد حكرا على الجنس الأنثوي بل تعدت ذلك فأصبح الذكور اليوم أكثر اهتماما بمظهرهم و تعددت أنماط اللباس بين من يتبع الثقافة التركية و البعض مهووس بالثقافة الكورية في حين تبقت فئة قليلة تميل إلى اللباس المحافظ .²⁵

1. اللباس التقليدي الجزائري :

تتميز الألبسة التقليدية بتنوع أشكالها و ألوانها فهي تختلف من بلد إلى آخر و من منطقة لأخرى ، والزي أول اللباس التقليدي يعكس ثقافة و هوية المجتمع حيث يقول العلماء "الأزياء تعني الهوية المتميزة للشعب"، و من أهم الأزياء التقليدية الجزائرية :²⁶

البرنس :

هو عبارة عن لباس خارجي يستعمله الرجل لتغطية جسمه ، كان استعماله في الماضي بشكل يومي أما اليوم فبقي محصورا في المناسبات سواء عند الرجال أو النساء و يقول ابن خلدون "أنه كان يرتدي البرنس دائما و

²⁵ عوف مخالفة، تاريخ الألبسة الجزائرية التقليدية ، ترجمة سعاد خايلي ، موفم للنشر الجزائر ، 2007، ص16

²⁶ المرجع السابق ، عوف مخالفة

كان المصريون يلقبونه بالمغربي " ، و البرنس في شكله العام هو رداء ثقيل منسوج من الصوف أو الوبر بدون أكمام مربوط في الرقبة و ينسدل باتساع و ينتهي بشريبات من الصوف أو الحرير و كانت أشهر الألوان المستعملة هي الأبيض و الأسود .

الحايك :

هو لباس نسوي عبارة عن قطعة من قماش كبيرة منسوجة من الصوف بطريقة يدوية ، غالبا ما يكون شكله مستطيلا و طوله بين المترين إلى ثلاثة أمتار ، عادة ما يكون باللون الأبيض و تستعمله المرأة كسترة للمرأة. الجلابة : عبارة عن قميص طويل لها أكمام تلبس عادة من طرف الجنسين رجال و نساء لكن لكل جنس طريقة مخصصة للباسها و تزينها .

الشاش :

هو من أهم الأغطية التي يغطي بها الرأس عند الرجال خاصة شواء للشباب أو الشيوخ ، أما اليوم فقد أصبح استعمالها عند الشيوخ فقط .

2. اللباس العصري عند الطلبة الجامعيين :

ما يميز لباس الطلبة الجامعيين اليوم أنها ألبسة مواكبة للموضة و هذا لما تتميز به من التغيير و التجديد المستمر و سرعة الانتشار في كل الأوساط الاجتماعية .

لباس الذكور :

سروال جينز (البوي فريند) :

وهو اللباس الأكثر انتشارا وسط الطلبة و قد أحدث ضجة واسعة خلال 3 سنوات الماضية و تعود أصوله إلى الثقافة الكورية ، و هو نوع من سراويل الجينز ذو قصة فضفاضة و يكون بألوان مختلفة من الأسود إلى الأبيض ..إلخ ، و جاءت موضة هذا النوع من السراويل بسبب الفرقة الكورية BTS التي اعتمد أفرادها هذا النوع من السراويل و مع نجاح أغاني هذه الفرقة أصبح نمطهم اللباسي أكثر رواجاً خاصة وسط الطلبة الجامعيين .

و أصبح المؤثرين اليوم عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بتنسيق هذا النوع من السراويل مع قطع لباسية أخرى حتى يصبح ملائماً للقيم الثقافية للمجتمع .

الهودي (hoodie) :

و هو نوع من القمصان ذو قصة عريضة مع وجود قلنسوة انتشر جدا وسط الطلبة الجامعيين، و هو أيضا نمط لباسي لثقافة الكورية ، و شهد رواجاً خلال السنوات الأخيرة من مجموعة ماركات لباسية عريقة (chloe، paris، valantino) ، و هو نمط لباسي أكثر استعمالاً في فصل الشتاء .

الجينز (Jeans) :

هو اللباس الأكثر انتشارا على مستوى العالم، ذات أصول أمريكية، أصل يهودي حيث عمل على اختراع لباس للعمل خاص للذين كانوا يعملون على البحث عن الذهب من قماش قوي يسمى الجينز وعلى هذا سميت الملابس المصنوعة منه بالجينز ثم أصبح لباس المراهقين حيث كان ممنوع في المدارس لكن اليوم أصبح لباس كل الطبقات لا يعرف السن ولا الجنس ، يلبس سواء كالسروال (pantalon) أو كصدرية (veste) و كثيرا ما يلبس على شكل بدله أو ما يطلق عليه un ensemble ونجد الجينز الأكثر انتشارا ما يسمى بالجينز الأزرق (le bleu jeans) وهناك في السنوات الأخيرة ظهور الجينز المحمي بمعنى (le jeans gomme) إلا أن هذا لا يمنع من تواجد ألوان أخرى مثل الأسود... الخ و نجد الواسع ويقال عنه le jeans large كما نجد الضيق أو le jeans serre ، و يختار هذا النوع من اللباس لأنه على تعبير الطلبة لباس شبابي وعملي .

إضافة إلى الجينز هناك ما يسمى بالسروال القصير حيث انتشر في السنوات الأخيرة كثيرا خاصة في أوساط الشباب، وهو عبارة عن سروال عادي إلا انه قصير يصل إلى ما فوق الكعبين ، يصنع من أقمشة مختلفة خاصة منها: الجينز بمختلف أنواعه واللون الغالب هو اللون الأزرق . هناك أيضا المصنوعة بنفس المادة المصنوعة منها الألبسة الرياضية وحاملة لنفس العلامات التي تحملها الألبسة الرياضية

البودي (body):

وهي كلمة من أصل انجليزي وهو عبارة عن قميص ضيق منتشر جدا في السنوات الأخيرة سواء عند الذكور أو الإناث يرسم ملامح الجسم إضافة إلى هذا، هناك من يقوم برياضة رفع الأثقال حتى يتمشى جسمه مع هذا اللباس و هناك طبعا العلامات التجارية التي تمثل هذا اللباس منها: (puma /lacostezara) هناك أيضا اقمصة أو مايسمى (chemise, t-shirt ou tricot, pull) فهي ألبسة تتشابه وتختلف أحيانا في التسمية و الشكل وعلى تعبير الطلبة فكل نوع منها يتمشى مع نوع معين من السروال إلا أنها غالبا ما تتماشى كلها مع الجينز ولهذا نجد أن الجينز أكثر جاذبية بالنسبة للشباب.

المعطف:

تتميز بتنوعها سواء من حيث الشكل أو المادة المصنوعة منها، وحتى العلامة التجارية والألوان حيث نجد اللون الأسود هو السائد أو هو الغالب على هذا النوع من الألبسة وهو الاسم الذي أعطي للمراهقين في سنوات الخمسينات (les blousons noirs) الذين يسكنون في الأحياء الراقية في المدن الكبرى والذين يلبسون معاطف من الجلد الطبيعي ذات اللون الأسود des blousons en cuir كما كان يسمى مشاغبين لعائلات غنية (les blouson dorés) ونجده أيضا في الجلد الاصطناعي أو ما يسمى le skia، حيث يماثله سواء في الشكل أو اللون.

الصدرية أو (Veste) :

وهو لباس قصير ذات أقفال من الأمام يلبس في مكان المعطف فنجد الصدرية خاصة في مادة الجينز veste en jeans كما نجد نوع آخر وهو ما يسمى (veston) وهو ما يلبس مع سروال عادة ما يكون من نفس القماش وبذلك تكون بذلة أو ما نسميه (costume) في اللغة العامية.

الكلاسيك Classique :

يطلق عليه هذا الاسم لأنه أسلوب لباس قديم مقارنة للموضات التي تتواجد اليوم، وهو في الغالب يلبس على شكل بذلة ومتواجد على قطعتين أو ثلاثة يشكل من خلال أقمشة مختلفة منها الشتوية والصيفية وبألوان مختلفة منها الحرير الصوف القطن (la soi, le lin, le coton) ويلبس عادة بأحذية تسمى هي الأخرى بالكلاسيك إضافة إلى أقمصه . وهو لباس لا يكاد يلاحظ على الطلبة إلا قليلا جدا لأنه لباس خاص بالمناسبات خاصة مناسبات التخرج أو الحفلات العائلية أحيانا.

لباس الإناث :

سروال السليم :

أي الذي يمتاز بالضيق من الأعلى إلى الأسفل، ذا لون أزرق أو اسود. الطالبة حسب قياس جسمها وطولها، و يكون من الجينز غالبا ، و هو يساعد الطالبة على المشي و الجلوس بحرية ، و يكون كذلك عريضا في الأسفل ليلامس سطح الأرض .

سروال من نوع لان (lin) :

اللان هو الكتان الخشن غير الناعم ، يكون واسعا في اغلب الأحيان و الطلب عليه قليل بالنسبة للسراويل الأخرى .
بالإضافة الى سروال البوي فراند فهو مخصص للجنسين .

القميص chemise :

يغطي الجزء العلوي من الجسد ، و هو قطعة قماش مفتوحة من الأمام لتغلق اما بأزرار او بواسطة حزام القميص الذي يشد الجناحان بشكل متشابك (croise) ، و هي ذات أكمام و أطواق col حول الرقبة و هي تلتقي مع التنورة في وسط الجسد . و يسمى أحيانا بالسترة (veste) . أما بالنسبة للبوليرو، فهو بودي مطاطي قصير ذو أكمام ، ضيق يتخذ عدة ألوان تتناسب لون التنورة و الخمار ، فلون التنورة يتبع الحمار في اغلب المرات.

التنورة jupe :

هي قطعة قماش تغطي أسفل الجسد من منطقة السرة الى الأسفل ، حيث تبدأ بحزام جلدي او قماشي و تنتهي بأشكال هندسية مزخرفة اما تكون دائرية مزركشة بالدونتال او بسيطة و هي تنقسم حسب الطول إلى :تنورة قصيرة عند حدود الركبة (mini)، تنورة طويلة أسفل الركبة midi، تنورة أطول تلامس الأرض في بعض

المرات maxi، و لها عدة أنواع و تفصيلات ، فمنها ما هو من الجينز ، و منها ما هو من القماش القطني الناعم و يكون قماشها سميكاً و الآخر رطباً ناعماً لكنه ضيق في الجهة العليا و ينزل اتساعاً إلى أسفل الجسم ، ليظهر معالم الجسد ، فكل قطعة لباسية لها دور أساسي في الحفاظ على أناقة الجسد الأنثوي و جماله.

الأحذية (les chaussures) :

أغلبية الأحذية المرتدية من طرف الطلبة هي: رياضية خاصة بما يسمى بالباسكات حيث أصبح منتشر عالمياً و ذات علامات تجارية مختلفة نجد منه : puma ، lacoste ، adidas ، إضافة إلى هذا فيذكر الطلبة أنها عملية جدا و ذو جودة عالية رغم غلاء أسعارها ، فهي تلبس مع الألبسة الرياضية أو الجينز فقط، في حين تعتمد بعض الطالبات على أحذية الكعب العالي.

رابعا: أشكال اللباس عند الطلبة

❖ الشكل 1:

يرى الطلبة الذين يرتدون هذا النوع من اللباس بأنهم متميزين عن باقي الطلبة و أنهم ينالون إعجاب الطالبات، في مقابلة مع طالب 22 سنة طالب ماستر علم اجتماع يقول "أنا نلبس هكذا لأنو يعجبني و يجي مع عقليتي ، ماشي معناها نكون نضرب لادروق باش نلبس هكذا ، هاذي راهها لبسة برك ، و لبنات يجبو لجون الي يلبسو هكذا" .

يمثل لباس فئة معينة من الطلبة يطلق عليها الميرولين تعتمد هذه الفئة على نمط لباسي معين يكون عبارة عن بنطلون رياضي مع صدرته و حذاء رياضي و غالبا ما تكون من شركة لاكوست او أديداس و ينسق مجموعة من حلي الفضة من خاتم و إسوارة، قلادة ، و الميرول هو نمط لباس لعصابات أمريكا الجنوبية و تعني ميربول في اللغة العربية الرجل زير النساء ، أي الرجل الذي يمضي حياته في ملاحقة النساء ، و هو نمط انتشر بقوة وسط الطلبة الجامعيين في الآونة الأخيرة خاصة مع انتشار المخدرات وسط الطلبة .

يوضح لنا طالب آخر بقوله : "هذا النوع من اللباس مستورد من الثقافة الغربية ، لكنه بالنسبة لنا محافظ على القيم

الثقافية و الممارسات الاجتماعية ، أي أنه غير مخالف لقيمنا" ، من جهة تقول طالبة ماستر في علم التربية

: "الطلبة الذكور الذين يرتدون هذا النوع من اللباس بالنسبة لياهم من مروجي المخدرات ، أشكاهم توحى على أنهم

يجبون ممارسة العنف " ، في حين توضح زميلة لها : "كل طالب حر في لباسه ما لم يؤدي غيره ، لا أظن أن هناك طالبة

يلفت انتباهها الطلبة الذين يرتدون هذا النوع من اللباس".

إن هذا النوع من اللباس انتشر في السنوات القليلة الماضية و ساعدت في انتشاره مواقع التواصل الاجتماعي التي نشرت ثقافة العنف الغربية ونمط لباس هذه الفئة ، قد لا يدرك البعض من الطلبة رمزية لباسه لكنه في

الحقيقة يحمل ثقافة العنف الأجنبية و هذا ما دفع بالشارع الى تصنيفهم بكلمة مريولين التي تعني بمجتمعنا الشخص العنيف و الذي يتناول المخدرات .



الشكل 1: طالب من طور ليسانس بلباس المريولين
(تصوير الباحثة)

❖ الشكل 2:

يبرر الطلبة اعتمادهم لهذا النوع من اللباس بأنه مواكبة للعصر من جهة و أنه يعارض القيم الثقافية والضوابط الاجتماعية و لا يخالف الضوابط الدينية . وفي نظرهم أن اللباس لا يعبر عن اتجاهاتهم الفكرية و ميولاتهم بل هي مجرد موضة . يعتمد هذا النمط من اللباس الطلبة من الجنسين ذكورا و إناثا .
في مقابلة مع أحد الطلاب ذكور 21 سنة جذع مشترك علوم اجتماعية يقول : "أنا نلبس هذا اللبسة لأنوسامبل و تريحني في قرابتي و ماشي منافية للدين نتاعنا و عاداتنا و قيمنا ، ما يهمنيش لواش ترمز مهم عندي نلبس واش يخرج عليا "

في نفس السياق تعبر طالبة 24 سنة ثانية ماستر علم اجتماع تنظيم و عمل : " أنا نلبس واش يعجبني، و الشئ الي يخرج على جسمي و ماذا بيا يكون لباسي ترند ، أما الدين راهو في القلب ."
يتكون هذا النمط من بنطلون جينز أو رياضي لكن بقصة فضفاضة سواء للبنطلون أو البودي، يعتمد هذا اللباس فئة ثانية من الطلبة تحت مسمى العميق و يعني هذا المصطلح في المجتمع الجزائري الشخص الدائم التفكير و الذي يسعى الى التميز عن الاخرين ،لكونه شخص منعزل عن بقية الافراد يفكر فقط ، لكن معناه الأصلي في الثقافة الكورية و اليابانية هو الشخص المنعزل عن العالم و الذي تراوده فكرة الانتحار و خاصة أن فكرة الانتحار شائعة في كوريا و اليابان .

نشرت الثقافة الكورية ثقافتها من خلال الاستعانة بالفرق الغنائية التي لاقت قبولا و راجا خاصة وسط الطلبة تقول طالبة من طور الماستر علم النفس: "إن الفرق الغنائية مثل bts هي السبب الرئيسي وراء نمط لباس البوي فراند ، الفرق الغنائية لاقت راجا كبيرا وسط الطلبة .



الشكل 2: طالب و طالبة من طور ليسانس بلباس البوي فراند

(تصوير الباحثة)

❖ الشكل 3 :

و هو اللباس الأكثر شيوعا وسط الطالبات في الفترة الأخيرة كونه موضة لباسية موافقة للضوابط الدينية و الثقافية للمجتمع ، و تحمل الطالبات اللواتي يلبسن هذا النوع من اللباس تصورات مختلفة تفسر سلوكياتهن و تصرفاتهن خاصة أمام الشباب الطلبة فبعضهن لا تستطيع أن ترى أعينهن من كثرة طأطة رؤوسهن ، وخاصة في محيط الجامعة أو في طريقهن إلى غرفهن ، و يفسرن ذلك بان الفتاة لا بد أن تحافظ على مظهرها الذي يوحي بالاحترام و التدين و التمسك بعادات و تقاليد المجتمع الجزائري. لكن ليس كل الطالبات يتصرفن هذه التصرفات فالبعض الآخر يلبس هذا النوع من اللباس و لا يفرطن فيه، و يمارسن حياتهن الاجتماعية بكل حرية.

و أثناء الاستفسار من بعض الطالبات عن ذلك تقول احدهن 22 سنة علم الاجتماع: "صحيح أن بعض لبنات يقولو بلي الحجاب كيما الخيمة المعلقة فوق الريسان و يقولو بلي ظلمة و غمة و ماديره غير الي عندها روتار فالفهامة ، بصح انا نعتبره حرمة للمرا و نفتتح بيه كي نديره و ما يهمنيش كلام الناس جيت للجامعة باش نقرا مشي باه نوري روحي للناس يا خي رانا في اخر زمن الله يحفظنا ."

طالبة أخرى 23 سنة علم نفس عيادي فتعتبر أن هذا النوع من اللباس هو أمان للمرأة فتقول : "الحجاب يحفظ المرا من عينين الرجال و ما يقريسيها حتى واحد".

و يتكون لباس من خمار واسع جدا يغطي الرأس و جسد الطالبة العلوي حتى وسطه و أثناء فتحه يظهر كقطعة قماش دائرية بقطر 2 متر تقريبا و يحمل فتحة مركزية بقطر 20 سم تقريبا و هي التي تشد حول الرأس أما الجزء الباقي فيلقى على باقي الجسد ، و يأخذ لونا وحيدا كالأسود و هو المستعمل غالبا أو الرمادي أو لونا آخر يكون غير جذاب ، يشد وسط الخمار بإحكام حول الرأس من الفتحة المركزية مع تغطية الجبهة و تضليل العينين أي لا ترى إلا إذا تم النظر ، أما باقي الخمار يلقى على الجسد العلوي الأمامي و الخلفي بحيث يكون فضفاضا وواسعا ، و يصل حتى وسط الجسم أحيانا .

الجلابة أو العباءة : رداء يغطي كل جسد الطالبة و هو فضفاض غير شفاف و لا يصف جسم الطالبة و هو يأخذ ألوانا باردة غير جذابة و غالبا ما يكون اسودا او ازرق سماوي او ابيض غير ناصع و هي مصنوعة من كتان سميك ، و ذات مصدر سوري في اغلب الأحيان مغربي لكن الجلابة المغربية تكون مطرزة بالدونتال وواسعة عند أواخر الأكمام و تظم قلنسوة في الأعلى إلى الوراء .

في بعض الأحيان يكون الخمار ملتصقا بالجلابة في لباس واحد متجانس و يطلق عليه اسم " الجلباب و هو يشبه الملاءة " الملاية " في اغلب الأحيان ، إلا انه بشكل جديمن حيث مادة الصنع أو التفاصيل المستعملة. و نجد بعض الطلبة ذكور يميلون الى لباس اللباس الديني و هو القميص و الذي يعبر عن مدى تمسك الطالب بقيمه الدينية و هو لا يراعي ما إذا كان لباسه محبوبا أو لا و في مقابلة مع طالب من طور ليسانس 19 سنة يقول : "لباسي هو هويتي و ثقافتي ، و ما نفضلش السروال لمزق و لعريض بيانلي نتاع بنات و هو تشبه بلغرب ، ما تهميش الموضة".

يتكون لباس الطلبة ذكور من قميص طويل الى حد الكعبين و يكون بألوان مختلفة لكن عادة ما يفضل الطلبة الألوان الفاتحة نظرا للأجواء الحارة .



الشكل 3: طالبة ماستر بلباس الحجاب العصري
(تصوير الباحثة)

❖ الشكل 4:

و هو لباس الأكثر انتشارا وسط الطلبة من الجنسين ، و هو عبارة عن سروال من الجينز الضيق (سليم) وقميص بسيط (سامبل) ، في مقابلات مع طلبة اناث و ذكور من مختلف الأقطار كان رأيهم : " هذا اللباس الي متواجد في الأسواق بشكل كبير ، و الي ناس كامل تلبسو ، ما تهميش لمركة لمهم حاجة تعجبني و تخرج عليا ، هو صح مقطع و ماشي من قيمنا بضح هاذي هي لمود ، و كيما نقولو الدين في القلب ."

طالبة 23 سنة ماستر علم نفس تربوي : "هاذ اللباس السامبل ما يخليهمش يقولوك عميقة و لا مصطلح آخر، هاذي لامود و نتاع بكري ثاني كانو يتبعو لامود ، أنا راضية على لبستي ما يهمنيش واش يقولو عليا لمهم قناعتي أنا ، اللباس ماشو معيار للدين بلاك راني مدينة أكثر من وحدة لابسة جلباب "

يوضح الطلبة الذي يعتمدون هذا النوع من اللباس على أنه ليس معيار التمسك بالقيم و الضوابط الدينية والاجتماعية ، التمسك بالقيم يكون من خلال الممارسات التي يقومون بها، أما اللباس فهو عبارة عن حرية شخصية و تعبير عن الذات .



ممزق

شكل 4: طالب من طور لماستر بلباس
(تصوير الباحثة)

❖ شكل 5:

اللباس لكلاسيكي و هو لباس نادر جدا وسط الطلبة و بشكل عام يلبسه طلبة الدكتوراهو هو لباس مربوط بالمناسبات لذا يعتمده البعض في حفلة التخرج في نهاية العام .و في الغالب يكون على شكل بذلة من قطعتين و تختلف الماركات المصنعة لهذا النوع من اللباس كما يعتمدون على الحذاء الكلاسيكي و ساعة يد لإتمام المظهر .

يقول طالب 21 سنة طور ليسانس علم التربية : "أنا نلبس هكذا لانو نحسو رسمي و يصلح للجامعة ، و أنا منحبش نلبس السراول نتاع دجين و السيرفات لانو ما توالمش الحرم الجامعي ، و القميص ثاني نتاع مناسبات دينية مالا خلينا في لكلاسيك خير".

يشاركه في الرأي الطلبة الذين يعتمدون هذا النوع من اللباس بشكل يومي ، لكن باقي الطلبة يفضلون هذا النمط في حفلات التخرج فقط فيقول طالب : "أنا لكلاسيك نحب نلبسو في حفل التخرج نتاعي ، نحسو نتاع مناسبات ماشي نتاع كل يوم ، و كل واحد حر في لبيستو نلبس واش يجب واحد ما يدبر عليا" .

رغم ملاحظتنا المتكرر لطلبة باللباس الكلاسيكي في الجامع طوال السنة الجامعية إلا أن عدد الطلبة لا يتجاوز بالكاد طالب واحد من أصل عشرة طلاب ، و ذلك عكس ما نلاحظه في حفلات التخرج التي تقام في نهاية السنة الجامعة أي يعتمد الطلبة هذا النوع من اللباس.



شكل 5: طالب من طور ماستر بلباس كلاسيكي

(تصوير الباحثة)

الفصل الثالث:

وسائل التواصل الجديدة

الفصل الثالث: وسائل التواصل الجديدة

تمهيد

أولاً: ماهية وسائل التواصل الجديدة.

ثانياً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: وسائل التواصل و الانتشار الثقافي.

رابعاً: استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

خامساً: مجموعة من صفحات و المؤثرين على مواقع التواصل

تمهيد:

أصبح التواصل الاجتماعي هو الوسيلة العامة في العصر الحالي للتعامل مع الآخرين، وذلك كنتيجة طبيعية لانتشار مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى انتشار مختلف وسائل الاتصال التي جعلت العالم أكثر قربا منا، ولكن ما يعيب تلك المواقع أنها أكثر سطحية وجعلت العلاقات أقل حميمية من العصور السابقة، وأصبحت العلاقات بين الناس تميل إلى عدم الاجتماعية بشكل فعلي نتيجة للاهتمام بشكل بالتواصل الاجتماعي .

وتعد عملية التواصل الاجتماعي هي العملية التي يتم من خلالها الربط بين الإنسان والآخرين في المحيط الاجتماعي، بالإضافة إلى التواصل المستمر مع الجيران والأصدقاء والمعارف من أجل تحقيق مختلف الفوائد التي تفيد الإنسان على المستوى الشخصي وتفيد المجتمع بشكل كامل، بالإضافة إلى ذلك فإن عملية التواصل الاجتماعي يتم تحديدها نتيجة لاختلاف أنواعها واختلاف عمقها.

فهناك العديد من الأمور التي يتم تحقيقها من خلال التواصل الاجتماعي ومنها العلاقة بين الإنسان والآخرين تتحسن بشكل ملحوظ، ويكون هناك العديد من العلاقات التي تساهم في كشف الإنسان لما بداخله، وتزداد أيضا ثقته بالآخرين مما يجعله على وعي بالعلاقات ممن حوله.

أولاً: ماهية وسائل التواصل الجديدة

1. تعريف وسائل التواصل الجديدة :

"إن وسائل الاتصال الجديدة أو النيوميديا أو الميديا الجديدة، هي عبارة عن تقنيات حديثة ظهرت في نهاية القرن العشرين ، و بداية القرن الواحد العشرين ،فبعد ظهور وسائل الاتصال التقليدية كالتلفزيون و الراديو و السينما و الجرائد ، ظهرت على الساحة الإعلامية وسائل الاتصال الجديدة كالحاسوب ، الأنترنت وسائل التسجيل الرقمية ، تقنيات الاتصال الرقمية العالمية الوضوح ، الصحافة الإلكترونية ، وسائل الإعلام الاجتماعية الإلكترونية (Social Network Media) ، المدونات الإلكترونية ، منتديات المحادثة الإلكترونية... وغيرها من التقنيات الاتصالية الحديثة، التي لا تكاد تتوقف عن التجدد و التطور بصفة مستمرة و متواصلة.²⁷

و يعرف قاموس الكمبيوتر أو الحاسوب : النيوميديا بأنها جملة من التطبيقات الخاصة بالاتصال الرقمي و بالنشر الإلكتروني بكل أنواعها المختلفة ، و كذا التلفزيون الرقمي ،الانترنت ،إضافة إلى التطبيقات اللاسلكية الاتصالات و الأجهزة المحمولة في هذا السياق ، بحيث أنو تطبيقات النيوميديا تكون في سياق التزاوج الرقمي ،إذ يمكن تشغيل الصوت و الفيديو في الوقت الذي يمكن أيضا معالجة النصوص، و القيام بعمليات الاتصال الهاتفي و غيرها .²⁸

يعرف الباحث "الصادق الحمامي" الميديا الجديدة "New Media" بأنها عبارة عن فضاء تواصلي بديل موازي و فريد ، تتشكل فيه أنماط جديدة من التفاعل و التعبير من خلال المضامين التي تحولت في سياق شائع إلى قوة سياسية و ثقافية فاعلة في المجتمع و قادرة على تغييره،و يضيف أنها شكلت حقلا بحثيا مترابطا عضويا بحقل دراسات الاتصال .

في حين يعرفها الباحث "مصطفى عباس صادق" أن الميديا الجديدة هي عبارة عن التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال و البث الجديدة (الميديا التقليدية مع الميديا الجديدة) ،و يوضح بأن الميديا الجديدة نشأت بداخلها حالة تزامن في إرسال النصوص و الصور المتحركة و الثابتة و الاصوات .

يمكن القول مما سبق أن الوسائط الاتصالية الجديدة مكنت الفرد من التواصل مع العالم الخارجي بأكمله ،حيث أصبحت من الضروريات التي لايمكن لأي شخص الاستغناء عنها أو العيش بدونها فقد سهلت الحياة الخاصة بالمجتمعات بسبب تقربها للمسافات بين الافراد .

²⁷ سهيل حسين الفتلاوي ،العولمة و آثارها في الوطن العربي ،ط1،دار الثقافة ،عمان ،2009،ص25-28.

²⁸ دهان مريم ،وسائط الاتصال الجديدة و عولمة الثقافة المحلية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، كلية علوم الاعلام و الاتصال ، 2016/2017 ص34-35

2. مميزات وسائل التواصل الجديدة :²⁹

التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي :

"إن عملية نقل المعلومات في النظام الرقمي تتم على شكل أرقام منفصلة هي صفر و واحد ، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك ، على عكس النظام التماثلي الذي يقوم بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة ، و نظرا إلى كون الإشارات الرقمية إما صفرا أو واحدا دون أي قيم بينهما ، فإن النظام الرقمي يكون أشد نقاء و خاليا من التشويش ، و في الواقع الأمر فإن الصوت أو الصورة الناتجة عن هذا النظام إما تكون نقية تماما أو أنها لا توجد أصلا و ذلك بعكس النظام التماثلي الذي يمكن أن يحتوي على قيم جزئية تتراوح بين صفر و واحد و من ثم فإن إمكانية التشويش تكون أكبر ، ميزة النظام الرقمي هو تطابقه و إمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب .

التفاعلية interactivity :

إن التفاعلية تعتبر كأهم خاصية تتميز بها وسائط الإتصال التقليدية ، و بفضل نموذج الإعلام الرقمي على شبكة الانترنت أصبحت التفاعلية نظاما أكثر قوة على تنمية مشاركة المستخدم و تحقيق درجة عالية من التحكم في الاتصال و المشاركة و النشر الفوري على الشبكة ، سواء في منتديات النقاش أو تحرير مقال و إرساله مباشرة عبر البريد الإلكتروني يمكن تصنيف التفاعلية على ثلاثة أشكال :

التفاعل مع الوسيلة : حيث أن مستخدمي هذه الوسائط الجديدة يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الإلكتروني المتوفرين في ذلك الوقت
التفاعل مع المحتوى :التفاعل مع الفاعلين و المستخدمين

اللاتزامنية Asynchronization :

و هي الحالة التي أوجدتها التكنولوجيا الرقمية ، حيث يمكن بفضل نظام الاتصال الرقمي، أن يختلف زمن الإرسال عن زمن استقبال الرسائل الاعلامية ،و ذلك بتخزين الرسائل و التعرض لها في الوقت الذي يختاره المتلقي ، و قد أصبحت اللاتزامنية ممكنة بفضل القدرات العالية لتخزين الرسائل في شكل قيم رقمية تشغل حيزات صغيرة على المواقع الالكترونية ،على الحواسيب الضخمة لشبكة الانترنت أو حتى على الحواسيب الشخصية في المنازل .

الكونية Globalisation :

لقد أصبحت البيئة الاتصالية بيئة عالمية ، في ظل اختفاء و ذوبان كل الحواجز الجغرافية و قيود الرقابة ،حيث أصبحت المعلومة أو الرسالة تنتقل عبر هذه الوسائط من أقصى مكان على الكرة الأرضية إلى أدنى مكان في

²⁹سميرة شيخاني ، الإعلام الجديد في عصر المعلومات ،مجلة جامعة دمشق ،المجلد 26، العدد الأول، 2010، ص444-445

أجزاء من الثانية ، بمعنى أننا و في زاننا الحالي أصبح الكون كالعقبة الصغيرة حيث أصبح انتقال المعلومة من مكان لآخر يتم خلال ثواني معدودات.³⁰

ثانياً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1. تعريف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي :

هي مواقع تستخدم للتواصل مع الافراد من مختلف المناطق ، و هي عبارة عن صفحات وويب تسهل التفاعل و النشاط بين الأعضاء المشتركين على هذه الشبكات الاجتماعية على الشبكة العنكبوتية ، و تهدف إلى توفير مختلف الوسائل الراحة و التي من شأنها المساعدة على زيادة عدد المتفاعلين و تنشيط التفاعل بين الأعضاء ، و تشمل على مجموعة مميزات هي (المراسلة الفورية ، مكالمات الفيديو ، مكالمات صوتية ، دردشة برسائل مكتوبة و صوتية ، الدخول في مجموعات مختلفة.... إلخ)

إن هذه المواقع الاجتماعية تبنى على قواعد بيانات عملاقة ، و ذلك من أجل تمكين مختلف المستخدمين من التواصل بينهم، و تتيح لهم تبادل الملفات و إجراء محادثات فورية بالإضافة للعديد من الخدمات . يعرفها ميشال فورس و أرموندديجان : على أنها تنظيم جديد للتعبة السياسية و التبادل ، حيث تولد كمية كبيرة من الخطابات على اختلاف أنواعها .

تعددت مواقع الشبكات الاجتماعية و تنوعت فمنها من تعمل على الصعيد العالمي ، و منها من اعتبرت شبكات اجتماعية صغيرة تتناسب و القطاعات ، بعض الشبكات التي تستخدم واجهة بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة و القدرات الإبداعية .

لقد ظهرت مواقع جديدة سجلت نجاحات ملموسة نذكر أهمها : الفيسبوك ، انستغرام ، التويتر ، الواتساب و الفاير و بيكو لايف و تيك توك و اليوتيوب ، حيث تمكنت من استقطاب عدد كبير من مستخدمي الانترنت، و قد تعاطم دورها في السنوات الاخيرة و أصبحت تحظى بمشاركة المستخدمين لها و تفاعلاتهم خاصة الفيس بوك و الانستغرام و تيك توك .

نشير إلى أن الخدمات المرجوة من هذه لشبكات قد توسعت بشكل سريع و منحت متصفحها و إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات مختلفة كالتعليم و الثقافة و الموضة و غيرها من المجالات التي تشبع حاجات المستخدمين لها ، لذا انتشرت بشكل كبير و أصبحت أكبر و أضخم مواقع الويب ، و لازالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع ، لتقديمها خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها ، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصله جديد ما يكتب و يصنف ذلك الى صفحة صديقه، بالإضافة الى انها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته .

³⁰ المرجع السابق ، حسين الفتلاوي .

تختلف أغراض مستخدمي هذه التواصل الاجتماعي باختلاف حاجاتهم فمنهم من يستخدمها لغرض القيام بعلاقات التعارف و الصداقة ، و مهم من يستخدمها لتتبع الثقافة اللباسية الأجنبية ، و هذا يعني أن الأغراض التي تقف وراء تردد هؤلاء المستخدمين تتبع عن حاجياتهم التي يسعون لإشباعها و التي تختلف من فرد لآخر .

2. أهم مواقع التواصل الاجتماعي :³¹

الفايسبوك :

فايسبوك هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن تسجيل عضويته مجانا و تديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، ويعتبر من أكبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي و ذلك من ناحية سرعة انتشاره و توسع دائرة الاعضاء المشتركين فيه .

تأسس فايسبوك سنة 2004 على يد طالب أمريكي كان في بداياته عبارة عن مدونة شخصية لكنه تغير فيما بعد إلى تطبيق عالمي .

الفايسبوك شبكة اجتماعية تأثرت بقبول و تجاوز كبير من الناس في جميع أنحاء العالم ، و هو موقع كثير الاستخدام خاصة من طرف الطلبة الجامعيين، وخاصة لأنه يستخدم في الوقت الذين يدينوه و في أي مكان و ليست له ضوابط تحدد استعماله ، في ظل الكم الهائل من المنشورات و الفيديوهات التي تنشر على صفحات الفايسبوك فإن الاعضاء يتفاعلون من خلال إبراز اعجابهم بمنشور أو مشاركته مع الافراد الذين يشاركونهم نفس الاهتمامات و الميولات .

يستقطب الفايسبوك الطلبة بشكل كبير لكونه يمنح لهم العديد من الخيارات التي تغنيهم عن بقية المدونات الاخرى ، لهذا السبب يستحوذ الفايسبوك على الملايين من المستخدمين الطلبة في كل أنحاء العالم، و يهدف الطلبة من خلال استعمال التطبيق الى تكوين مجموعات تعبر عن آرائهم في الحياة ، و يمكنهم أيضا من الاطلاع على كل ما يخص الموضة اللباسية بتفاصيلها من خلال مشاهد البث المباشر لكل شيء يتعلق بالموضة و من خلال المنشورات الخاصة باللباس .

اليوتيوب :

يعتبر اليوتيوب وسيلة اتصالية واسعة الانتشار، و قد أصبحت مع مرور الوقت ظاهرة ثقافية ، و يضم هذا الموقع فيديوهات متنوعة في مختلف المجالات ، سواء كانت أغاني أو أفلام أو برامج، حتى أن المستخدم نفسه بإمكانه إنزال الفيديو الخاص به ، أو الفيديو الذي قام بإعادة مونتاج له من جديد .

³¹دهان مريم ، المرجع السابق

تأسس هذا الموقع سنة 2005 في الولايات المتحدة الأمريكية و يستخدم تقنية الأودي فلاش لعرض المقاطع المتحركة ،محتوى الموقع متنوع بين مقاطع الأفلام و التلفزيون و الموسيقى و الفيديو المنتج من قبل الهواة. يتميز اليوتيوب بأنه يقدم خدمات مجانية فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل و تنزيل ما تشاء من الفيديوهات بجميع أنواعها من أفلام و موسيقى و غيرها ، كما أنه سهل الاستعمال من قبل العامة و سهل المشاهدة و البحث .

الانستغرام :

هو خدمة شبكة اجتماعية أمريكية و لمشاركة الصور و الفيديوهات أنشا هذا التطبيق سنة 2010 ، هذا التطبيق يسمح لمستخدميه برفع الوسائط المختلفة مع امكانية تعديلها من خلال الفلاتر و تنظيمها باستخدام الوسوم و الاشارات الجغرافية ،يمكن مشاركة المنشورات للعامة او مع المستخدمين ،بإمكان الأعضاء المستخدمين تصفح جميع المحتويات و اعجابهم بها من خلال متابعة المستخدمين . موقع مجاني لتبادل الصور ، أطلق عام 2010 أتاح للمستخدمين التقاط الصور و إضافة فلتر رقمي إليها و من ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات مواقع التواصل الاجتماعي .

و يعد الانستغرام أهم المواقع التي يستخدمها الشباب الجامعي في اهتمامهم بالمظهر اللباسي ، لكونه أكثر المواقع التي ينشط عليها المؤثرين المختصين بالموضة ، فنجد أنه من أصل 10 طلبة بين ذكور و إناث نجد 9 طلبة يستخدمون الانستغرام من أجل متابعة كل ما هو جديد حول الموضة .

التيك توك :

هو موقع ويب صيني طرح سنة 2016 و هو عبارة عن منصة الوسائط الاجتماعية لإنشاء مجموعة متنوعة من مقاطع الفيديو من أنواع الرقص و الكوميديا ،و هو أكثر المواقع انتشارا في العالم منذ إصداره و يمكن الأفراد من متابعة كل ما هو جديد من أخبار الموضة من خلال مقاطع الفيديو القصيرة التي تروج للموضة اللباسية وسط الشباب الجامعي المستخدم لهذا التطبيق ، و نجد أن معظم الطلبة يستخدمون هذا الموقع في الوقت الحالي لمشاهدة كل ما هو جديد في الموضة .

3. ايجابيات وسائل التواصل :³²

تعد الشبكات الاجتماعية أو ما يسمى بمواقع التواصل هي النافذة التي يطل منها الشباب على العالم الخارجي و يستطيعون من خلالها ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعدهم على التقرب و التواصل فيما بينهم و تفتح لهم أبواب تمكنهم من إطلاق إبداعاتهم و مشاريعهم التي تحقق أهدافهم و تساعد المجتمع على النمو و ذلك من خلال ما يسمى بالمجموعات .

³²جبريل بن حسن العريشي و آخرون ،الشبكات الاجتماعية و القيم ، الدار المنهجية للنشر و التوزيع،عمان،ص64

حرية النشر و التعبير : ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الفكر الديمقراطي و حقوق الانسان ، و غيرها من المفاهيم السياسية و الاجتماعية و التجارية ، انتشرت و تكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها و المشاركة فيها دون خبرات أو تكاليف مادية و بكل حرية ، و يرى البعض أنها ستؤدي إلى تشكيل فكر يعمل على تغيير العالم .

التقارب الثقافي و الاجتماعي : تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التقارب بين مختلف لوائح المجتمع مما يتيح للأفراد التعرف على عادات و تقاليد الدول المختلفة بالإضافة الى إحداث نوع من التقارب الثقافي و الحضاري يمكن أن يساعد على التطور في الدول النامية و الفقيرة .

تنمية مهارات التفكير العلمي و اثراء الجهد الاكاديمي : حيث تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير التفكير الابداعي خاصة و أنها تعمل على تهيئة خدمة وضع المحاضرات الجامعية من خلال تحديد احد المواقع التعليمية.

إذابة الفواصل الطبقيّة:إن توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء و العلماء بصورة مباشرة دون ناشط.

4. سلبيات وسائل التواصل :³³

العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي:

لجأ العديد من أفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين ونتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي وان كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تخليص المجتمع من عزلتهم ، فإن تحقيق ذلك الهدف انتهى بالبشر إلى عزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي وهذا ما يلخصه كتاب ل "شيربي تيركل" بالقول نحن معا لكننا وحيدان وحيدون لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينظر بعضنا من بعض.

إضاعة الوقت:

بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد منفعة له أو لغيره فهذه المواقع تهدر الكثير من وقت الشباب.

الإدمان وإضعاف مهارة التواصل :

هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين،فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.

³³بدر الدين بلعباس،شبكات التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين الفايبيوك و طلبة جامعة بسكرة أنموذجاً،رسالة ماجستير،كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية،جامعة محمد خيضر ،بسكرة ،2014/2015،ص34

ضعف الثقة:

لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق في احد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات التواصل الاجتماعي هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقا في العالم الواقعي.

انعدام الخصوصية:

حيث تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للأخريين الاطلاع على أسرارنا والتدخل في شؤون حياتنا.

انتحال صفة الغير:

من خلال الدخول إلى الشبكات الاجتماعية بأسماء مستعارة وصور وهمية لتحقيق مكاسب مادية أو اجتماعية أو لجلب مشكلات أو لتلويث سمعة بعض الأفراد أو الاحتيال بين الناس.

تفتح المجال لآراء الغير مختصين :

يعرض الكثير من المستخدمين مشاكلهم الشخصية و الصحية و الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، مما يفتح المجال لحلها من خلال آراء أصدقائهم و معارفهم المختصين ، بالإضافة الى أن الدراسات أثبتت أن مواقع التواصل تؤثر في تغيير الآراء السياسية و الاجتماعية و الثقافية بشكل كبير .

أداة لنشر الأخبار المغلوطة :

يستخدم بعض الأشخاص مواقع التواصل الاجتماعي من أجل نشر الأخبار المغلوطة .

ثالثا: وسائل التواصل و الانتشار الثقافي

تعتبر وسائل التواصل من أكثر الوسائل التي تأثر في الرأي العام و تحديد اتجاهات الأفراد بل أصبحت هذه الوسائل مصدرا أساسيا لإنتاج الثقافة العالمية فقد امتد تأثيرها إلى كافة المجتمعات من خلال ما تقدمه من محتويات تلقى قبولا و رواجاً عند الأفراد .

تقوم وسائل التواصل الجديدة على اختراق منظومة القيم الثقافية لدول العربية بشكل خاص من خلال الترويج للثقافات الأجنبية عبر المسلسلات و عروض الأزياء إلخ .

استقطاب النخب المثقفة لترويج فكر العولمة و نشر الثقافات الأجنبية و محاولة تهميش الثقافات العربية بصفة خاصة.

ترويج السلع من خلال الإعلانات التي تتضمن محتوياتها قيما ثقافية و اجتماعية و أنماط سلوكية.

ترويج الثقافة الغربية وسط فئة الشباب و المراهقين فهي أكثر الفئات استخدام لوسائل التواصل الجديدة .

من السهل جدا ملاحظ التأثير الكبير الذي أنتجته وسائل التواصل الجديدة من خلال زرع ثقافة دخيل عن المجتمع، فالطلبة الجامعيين اليوم يتسارعون نحو تقليد كل ما هو أجنبي ، و هذا ما لاحظته خاصة في لباس الطلبة الذي في أغلب الأحيان يكون إما يحمل نمط ثقافة تركية أو كورية و في أحيان أخرى يأخذ نمط غربي.

إن طرق ترويج الثقافات الأجنبية اليوم أصبح سهلا و بسيط ، فنحن اليوم بإمكاننا مشاهد عرض أزياء في بث مباشر عبر مختلف وسائل التواصل .³⁴

رابعا: استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

استخدامات شخصية: في الغالب يستخدم مثلا شبكات فيسبوك و تويتر لأسباب شخصية خاصة بالفرد ، ليكون على اتصال بأصدقائه مثلا ، كما أنه يشارك الناس من خلال اهتماماته و آرائه الخاصة .

استخدامات تجارية: وهو ما يطلق عليه اصطلاحا التجارة الالكترونية و في المنصات الاجتماعية تؤمن لك البقاء على اتصال مع العملاء ، و تسويق المنتجات حيث أن هذه الشبكات تمثل أكبر سوق تجاري عالمي .

استخدامات ترفيهية: و قد أصبح الترفيه سمة عصرنا الحالي ، خاصة و أن الترفيه أصبح صناعة ضخمة تدر المليارات ، مما جعل الناس يتسابقون لمتابعة أحدث المنتجات الترفيهية وبالطبع فهذه الاستخدامات الترفيهية تعتبر من أبرز استخدامات الإعلام الجديد الذي يعد في جانب من ترفيهي بلا منازع .³⁵

يستخدم الطلبة الجامعيين مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من الفايس بوك و التيك توك و الانستغرام من أجل تلبية حاجياتهم المختلفة ، و من أهم المنشورات التي يتابعها الطلبة في مختلف هذه المواقع هي المضامين المتعلقة بالموضة، فالطلبة اليوم أصبحوا يهتمون أكثر بالمظهر اللباسي أكثر مما سبق ، فمن الملاحظ أن الطلبة الجامعيين اليوم أصبحوا أكثر اهتماما بالموضة و خاصة أنه أصبح شيئا سهلا الاطلاع على كل ما هو جديد و يتعلق بها .

في مقابلات مختلفة مع طلبة من الجنسين حول ما هي أهم المواقع التي يستخدمونها لمتابعة أخبار الموضة ؟ كانت الإجابات بأن أكثر المواقع التي يتابع من خلالها الطلبة أخبار الموضة هي انستغرام و تيك توك ، و ذلك لأنهم أكثر المواقع التي ينشط عليها مؤثري التواصل الاجتماعي ، تقول طالبة (م، 20 سنة) من طور ليسانس " نتبع الانستغراموز بزاف لانو يحطوكلشيتزند في اللبسة ، لفايس ولا قديم و ما يستخدموهش المؤثرين بزاف " ، طالبة (ز، ج، 20 سنة) من طور ماستر " أنا نستعمل بزاف تيك توك و الانستغرام ، لحوايجتند كامل تكون فيهم ، لفايس بوك ما يحطوش فيه بزاف اللبسة جديدة " ، طالب (ب، م، 23 سنة) من طور ماستر: " ناس كامل تلبس من الانستغرام ، كامل الطلبة يتبعو المؤثرين بلاك تلقاي في هاذ الجامعة الافة قليلة يلبسو نورمال ماشهم متبعين الانستاغراموز " ، يضيف طالب اخر (ع، ب، 23 سنة) من طور الماستر فلسفة: " الطالبات هن الأكثر تتبعوا المؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، أما الطلاب ذكور فهم يتبعون صفحات الموضة فقط " .

³⁴ سلمان بكر بن كران ، الاتصال الجماهيري و وسائل التواصل الاجتماعي ، ط1، الراية لنشر و التوزيع

عمان، 2015، ص199-200

³⁵ فهمي محمد السيد، العولمة و الشباب من منظور اجتماعي ، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر

الاسكندرية، 2009، ص201.

و في سؤال آخر حول ما إذا كان الطلبة يتابعون المؤثرين ؟ كان إجابات الطلبة ذكور بأنهم لا يتابعون المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ، يقول طالب (ر،م،20 سنة) ليسانس حقوق:"أنا ما نتبعش المؤثرين ما عندهم حتى معنى ، و الا تسقسي على ليحوار نشوفهم غير في لماتش برك " ، و يقول طالب آخر(أ،م،19سنة) ماستر علوم تربية " ما نظنش كاين ولاد يتبعو المؤثرين هادو ، هادي خدمة لبنات هوما الي يغيو يتبعو ويقلدوهم في كلشي ".
تقول بعض الطالبات (م،ع و ر،ب و ه،و) ماستر علم النفس " مكانش الي ما يتبعش المؤثرين في هذا الوقت، سوا بنات ولا ولاد ، يتبعو على باش يشوفولود جديدة نتاع اللبسة و لا قصة نتاع شعر " .

و تقول طالبة أخرى : " أنا نحب نتبع المؤثرين لانو يحطو جديد الموضة نتاع لبسة و انا نحب نقلدهم " و توضح طالبة اخرى من طور لماستر فلسفة : " الطلبة اليوم يتابعون مؤثرين محليين و أجنب ، و يتابعون صفحات الموضة المختلفة " .

من خلال أجوبة الطلبة يستوضح لنا أن الطلبة بمختلف الجنسين ذهبوا إلى تقليد المؤثرين الذين ينشطون عبر موقع الانستغرام و تيك توك ، و نرى أن الطالبات هن أكثر تتبعا و تقليدا للمؤثرين سواء محليين أو أجنب على عكس الطلبة ذكور الذين يتابعون المؤثرين الأجنب بشكل أكثر و خاصة مشاهير كرة القدم .

تم سؤال الطلبة عن أهم صفحات الموضة التي يتابعها الطلبة ؟ فكانت الإجابات مختلفة بين الإناث و الذكور فكل يتابع حسب ذوقه في اللباس فكانت إجابات الطلبة الذين يميلون الى لباس الميربول بأنهم يتابعون صفحات Lacoste adidess Nike يقول طالب(ق،ك) 20 سنة ليسانس:"أنا نتبع صفحات الي يجيو لبستي كيما لاكوست و لاريني و نتبع المؤثرين الي يلبسوك يما أنا " ، في حين يقول طالب آخر(ف،ع) 19 سنة من طور لماستر : " نتبع صفحات لايف ستايل يحطو قش شباب ، و نلقى فيها الشئ الي بغيه أنا ، كل واحد يتبع واش يجب ، و نجد مجموعة من الطلبة الذين يتابعون صفحات مختلفة يهتمهم في الأمر الاطلاع على كل ما هو جديد فقط " .

من جهة الطالبات لم يتغير الموضوع كثيرا فكل طالبة تشاهد الصفحة التي ترضي ذوقها،أهم الصفحات التي ذكرتها الطالبات هي (zara ،modeel، fashion،style hijab) ، تقول طالبة (س،م) 23 سنة ماستر " أنا نلبس حجاب و نتبع الصفحات الي ينشروا على الحجابات ، نشوف صفحات لخرى بصح منيش متبعة ليهم " ، و تقول أخرى(ف،م) "نتبع صفحات لأنو يساعدونني نخير لبستي ، و كيفاش نسق الألوان مع بعضاهم ، و زيد نحب يكون لبسي ترند ، كل واحد حر في نفسو مالا نلبس واس نحب " . في حين نجد بعض الطالبات لا يتابعن صفحات الموضة بقولهن " ما تمينش الموضة ، أنا نلبس على جلباب ما نحتاجش موضة " .

نرى أن أغلبية الطلبة اليوم من الجنسين يتابعون صفحات الموضة المختلفة ،كل حسب نمطه اللباسي و كل حسب ما يرى أنه يوافق شخصيته ، لكن الطلبة ذو النمط اللباسي الديني أقل متابعة لصفحات الموضة عن غيرهم من الطلبة لأنهم يعتبرون أن لباسهم لا يخضع لمعايير الموضة لذا لا يجدون ما يبحثون عنه في مواقع التواصل ، و لا نعني باللباس الديني ذلك النوع العصري إنما اللباس الذي يوفي الشروط الدينية كاملة و لا يوجد

فيه شيء من آثار الموضة ، أما اللباس الديني العصري الذي تعرض لتأثيرات الموضة فإن الطلبة الذين يتبنون هذا النمط سواء ذكور أو إناث هم أيضا من متبعي صفحات الموضة و المؤثرين المحليين و الغرب على حد سواء .

كما يوضح بعض الطلبة بأن مختلف الأنماط اللباسية هي تقليد أعمى للثقافات الأجنبية ، فمعظم الطلبة اليوم يرتدون ما هو شائع في العالم فمثلا نلاحظ لباس الطالبات في الغالب يكون من نمط البوي فراند و حجاب عصري ، أما عند الطلبة ذكور فنجد نمط العميقين و المريولين و البنطلون الممزق و نلاحظ بصفة أقل اللباس الديني (القميص).

في سؤال آخر للطلبة حول إذا كان الطلبة يقتنون لباسهم من مواقع التواصل الاجتماعي ؟ و هل التسوق تحول من الواقع الى المواقع ؟ كانت إجابات الطلبة مختلفة منهم من يعتقد أن التسوق قد تغيرت مفاهيمه فأصبح الافراد يتسوقون من المواقع الالكترونية المختلفة و بنسبة كبيرة من الانستغرام و الفاييس بوك .

تقول طالبة(ب،ع) ماستر حقوق : "نشوف انو الطلبة يشربو من المواقع خاصة طلبة المدينة ، نتاع ليزونفيرو مزال يجب يتسوقو" ، و تقول زميلة لها(ه،و) " أنا نشوف التسوق الالكتروني مريح ، نقص علينا تعب بزاف و سهلنا حياة ، علاه نتسوق و سوق راه الكتروني و توصلني لحاجة لدار "

في حين تقول طالبة أخرى " ما نوثقش في التسوق الالكتروني فيه السرقة ، و ساعات توصلك لكموند ماشي هذيك هيا ، أنا نحب نهبط لسوق و نشوف سلعة قدامي و نشوف لبري "

في حين يقول أحد الطلبة ذكور ماستر علم النفس " أنا كي نشوف حاجة تعجبي نكموندي ، و الا ما لقيتش نسوق عادي ، مكانش قاعدة نمشي عليها " ، يرى طالب (و،و) اخر ماستر علم اجتماع "ايه ضرك كلشي طور ، حتى التسوق ولا اونلين ، كمنوندي تلحقك".

يمكن القول بأن رأي الطلبة و الطالبات كان متغير بين مؤيد لفكرة التسوق الالكتروني و معارض لها ، فالجهة الأولى ترى بأنه لمواكبة تطورات العصر يجب اعتماد هذا النوع من التسوق فهو سهل و بسيط و لا يضيع الوقت على الطالب ، في حين الجهة الثانية ترى بأن مشاكل التسوق أكثر من مميزاته .

إن الطلبة اليوم إناثا و ذكورا يستخدمون مواقع التواصل المختلفة و خاصة فاييس بوك و انستغرام و تيك توك و التي تعرف نشاطا أكثر من طرف المؤثرين و خاصة الموضة اللباسية التي أصبحت من أكثر المضامين التي نشاهدها على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ، هؤلاء المؤثرين الذين قد يكونون مؤثرين محليين أو مؤثرين أجانب ينساق خلفهم الطلبة في اختيارهم لأنماط معينة من اللباس .

بفضل تطور وسائل التواصل الجديدة فإن أساليب الطلبة في إقتناء ملابسهم قد تطورت و تغيرت ، فانتقل التسوق من الواقع إلى عمليات تسوق عبر المواقع يتم الدفع فيها الكترونيا ، لقد سهلت ميزة التسوق الالكتروني عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي عميلة التسوق فأصبح معظم الطلبة يعتمدون على هذه الخاصية من

اجل ربح الوقت و الجهد الذي تضيعه عملية التسوق في الواقع ، غير أن هذا النوع من التسوق يقدم العديد من الخيارات اللامحدودة للطالب.

إن من بين أهم الأسباب التي تجعل الطلبة يتابعون أخبار الموضة على مواقع التواصل الجديدة هي سهولة استخدام هذه التطبيقات و أنها تقدم مضامين مختلفة و متنوعة حول الموضة و بطرق سريعة ، و دور المؤثرين في إعطاء روح جمالية للباس مما يساعد في جذب الطلبة نحو المنتج ، مما يجعلهم يعتمدون بشكل أكبر على مواقع التواصل في اقتناء ملابسهم و تقليد المؤثرين المختلفين في تنسيق المظهر اللباسي الخاص بهم .

خامسا: مجموعة من صفحات و المؤثرين على مواقع التواصل

371 يتابع
2,5 ملي.. المتابعون
195 المنشورات



sarah redjil سارة رجيل
مدون
Official account of sarah Redjil on Instagram
Algérien influencer and blogger... المزيد
عرض الترجمة
/gmail.com

63 يتابع
40,4 أ... المتابعون
11 المنشورات



riayd_mehrez رياض محرز
Page pour les fans de l'international 🇩🇪
riyadmahrez26.7 mehrez fans 🇩🇪 @ ... المزيد
عرض الترجمة

110 يتابع
6,9 ملي.. المتابعون
3.428 المنشورات



Lacoste
Moving with the world for 90 years. 🇩🇪
#LacosteCelebrates90
عرض الترجمة
laco.st/HLXGdSFA

الفصل الرابع:

تأثير وسائل التواصل على الطالب الجامعي

الفصل الثالث: وسائل التواصل الجديدة

تمهيد

أولاً: القيم الثقافية و العولمة.

ثانياً: تأثير وسائل التواصل على القيم الثقافية للطلبة.

ثالثاً: تأثير وسائل التواصل على انتشار الموضة .

رابعاً: تأثير وسائل التواصل على نمط لباس الطلبة.

تمهيد :

إن التطور التكنولوجي المتسارع الذي أحدثته وسائل التواصل الجديدة حيث سهلت عملية التواصل مع الآخر بتفاعلية أكبر ،على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بشعبية كبيرة وسط الطلبة حيث كان لها تأثير سلبي على القيم الثقافية و الممارسات الاجتماعية ،فقد تمكنت من خلق عادات و سلوكيات جديدة غزت أوساط الطلبة ،بحيث أصبحت هذه المواقع تسيطر على عقول الشباب الجامعي باعتبارهم شديدي التعلق بها نتيجة للخدمات التي توفرها لهم ، فقد أصبحت عالما وهميا يعيش فيه الطلبة و قد وجدو بها بديلا عن العلاقات المباشرة التي يفرضها عليه الواقع الحقيقي .

إن أغلب الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي و يستغرقون وقتا طويلا في تصفحها هذا ما أثر على الكثير من القيم الاجتماعية و الثقافية ، و ظهور سلوكيات جديدة كعرض الخصوصيات الشخصية على هذه المواقع و بروز مظاهر التقليد الأعمى للحياة الأجنبية و ما تحمله من أنماط ثقافية و فكرية و اجتماعية مغايرة لمجتمعنا في أسلوب العيش و طريقة اللباس إلى غير ذلك .

أولاً: القيم الثقافية و العولمة

إن منظومة القيم في المجتمع الجزائري تتشكل من تراكمات عبر العصور و الأجيال صنعت هويته الثقافية و الحضارية و ميزته عن غيره من المجتمعات ، و ان تعددت للروافد فان الإسلام كان أقواها و أعماقها لما حمله من أخلاق ، لقد كان تأثير العولمة على قيم الشباب الجزائري بصفة عامة و الطلبة بصفة خاصة جلي و واضح ، فمن الملاحظ أن وسائل التواصل الجديدة تسعى لصياغة قيم ثقافية جديدة وسط الطلبة .

وسائل التواصل و بكل معطياتها و تجلياتها و أهدافها المعلنة و غير المعلنة، تشكل خطرا بالغة على القيم الثقافية على الشباب الجامعي ، بحكم أنها تعمل على تكوين سمات شخصية جديدة تحمل بين طياتها تناقضات ثقافية في ظل متغيرات عصرية مفروضة على الشباب ، و بذلك تتحول الثقافة الأصلية للشباب الجامعي إلى ثقافة جديدة عبارة عن مزيج مختلف من القيم الثقافية لمختلف الثقافات الأجنبية .

إن حركة التغيير الثقافي التي عرفها الوسط الجامعي و دخول ثقافات أجنبية عن طريق وسائل التواصل الجديدة بمختلف أنواعها و الاحتكاك بالمجتمعات الأخرى جعلت القيم الثقافية تعرف عدة تغييرات ، حيث تأثرت سلوكيات الطلبة و ميولاتهم و قيمهم الاجتماعية و سمحت العولمة باكتساب الشباب الجامعي لثقافات مختلفة و أنماط سلوكية مختلفة تحمل في طياتها قيم و معايير جديدة .

بالرغم من رفض بعض العلماء لفكرة التجانس الثقافي ناقش روبرتسون فكرة توطن المواضيع المستوردة في مجتمعات خاصة ،حيث تنتقي و تقبل الثقافة المحلية بعض الأفكار دون غيرها و تكيفها جميعا بطريقة محددة. كما أشار مجموعة من الباحثين إلى تباين الاستجابات لعملية العولمة ،فبالرغم من الانفجار الذي أحدثته وسائل التواصل ،فإن الوجود القومي للسمات الثقافية التقليدية المحلية جعل من فكرة أن العالم سيكون موحدًا ثقافيًا صعبة جدًا ،فانتشار الثقافات الأجنبية و التي تحمل داخلها قيما و معايير اجتماعية شكل وعي بوجود اختلافات ثقافية .

إن مفهوم العولمة الثقافية يقترن بما أفرزته وسائل التواصل الجديدة التي من خلال تسهيل اتصال الثقافات المتنوعة و تحرير تبادل المعلومات و الأفكار و القيم و المعارف و الأفكار بين المجتمعات من خلال مكتسبات التقنية والمعلوماتية ، و بالتالي فالعولمة الثقافية هي اختراق ثقافي مسلح بتكنولوجيا متطورة للاتصال يستهدف إقصاء الثقافات .

و تسعى العولمة الثقافية الى تحطيم القيم و الهويات التقليدية للثقافات ،و الترويج للقيم الاستهلاكية الأمريكية و المفاهيم الاجتماعية الغربية بصفة عامة ،و اعتبار قيمها هي القيم و المفاهيم وحدها المقبولة و بناءا على هذا فان العولمة الثقافية تتعارض مع الهوية القومية و تسعى للقضاء على التنوع الثقافي و إحلال الثقافة الغربية و توحيد منظومة القيم و الهوية الثقافية.

إن العالم اليوم و بكونه أصبح قرية صغيرة بفضل التأثير الذي أحدثته وسائل التواصل الجديدة فأصبح من السهل تأثير العولمة على القيم الثقافية ، و أصبح من المعروف أن القيم الثقافية في مجتمعنا تتجه نحو مرحلة تميّطها ، في حين إن بعض القيم الأخرى قد تغيرت فعلا .

ثانيا: تأثير وسائل التواصل على القيم الثقافية للطلبة

التأثير القيمي: تميّط القيم و محاولة توحيدها لدلى كل المجتمعات و ذلك من خلال نشر ثقافة جديدة تمس المأكل و الملبس و العلاقات الاجتماعية و الممارسات الثقافية.

الإدمان و العزلة الاجتماعية : فلا شك أن مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها تجذب الطلبة بشكل خطير جدا و قد ينتهي بهم المطاف في مرحلة الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع و ينتج عن هذه الأخير هدر للوقت و الطاقة .

ظهور لغة جديدة بين الطلبة : تتميز هذه اللغة بمصطلحاتها الخاصة التي لا يعرفها إلا الشباب بصفة عامة، فقد تخلى الشباب اليوم عن لغته الأم .

العادات و التقاليد : إن الطلبة اليوم تخلو بنسبة كبيرة عن عادات و تقاليد المجتمع البسكري بصفة خاصة، و سارعوا الى الانقياد وراء عادات أجنبية فنلاحظ مثلا احتفالات الطلبة بأعياد سنوية أجنبية ليست لها علاقة بثقافة مجتمعنا و إنما هي تقليد أعمى للثقافة الغربية.

اللباس العصري : بفضل وسائل التواصل المختلفة التي ساهمت في نشر أنماط اللباس الأجنبية بمختلف أنواعها ، فإنه من الملاحظ تأثر الطلبة بهذه الأنماط ، فنجد تنوعا و اختلاف في اللباس فالبعض متأثر بثقافة الدول الآسيوية و البعض الآخر متأثر بالثقافة التركية التي أصبحت تلقى رواجاً كبيراً وسط فئة الطلبة بصفة خاصة

36

الانحلال القيمي : من الآثار الأكثر سلبية التي نلاحظها وسط الطلبة اليوم هو ظاهرة الانحلال الأخلاقي و التي تفتت في السنوات الأخيرة بسرعة كبيرة ، فبعكس ما يعرف عن المجتمع الجزائري بصفة عامة بأنه من المجتمعات المحافظة إلا أن الجامعة الجزائرية اليوم تعاني من الانحلال الأخلاقي وسط الطلبة.

في مقابلات مع مجموعة من الطلبة لمسنا تأثير وسائل التواصل في تغيير القيم و الممارسات الثقافية و سلوكيات الطلبة داخل الحرم الجامعي، فعند سؤال الطلبة عن كيف أثرت وسائل التواصل على القيم الثقافية و الضوابط الاجتماعية للمجتمع ؟، يقول طالب(ف،ح) من طور الماستر في الفلسفة:"وسائل التواصل غيرتنا بزاف ، شوفي كل طالب شاد تليفونو و عايش حياتو في المواقع ، الي تهدر معاه ما يسمعكش " ، و يقول زميل له من نفس الطور و التخصص : " وسائل التواصل سلاح ذو حدين و مع الأسف الطلبة راحو للحد السيء ، عندنا انحلال أخلاقي في الجامعة في الجنسين مكانش فرق ، رانا نشوفو في وحد المظاهر غريبة ، شفتي مثلا عيد الحب الطلبة ولاو

³⁶محمد بن سعود البشر ، نظريات التأثير الإعلامي ، العبيكان للنشر و التوزيع ، الرياض ، 2014، العدد 27، ص 55

يختلفون بيه مع أنو ماشو لا من عاداتنا و لا تقاليدنا و حتى في الدين حرام"، و تعبر طالبة أخرى عن تأثير وسائل التواصل و تقول: "وسائل التواصل بقدر أنها مفيدة للطلبة و تساعدهم في دراستهم إلى أنه جابتلنا وحد السلوكيات الي هي ماشي نتاعنا، و طلبة راهمراحيين غير يتبعو".

إن التطور الهائل في وسائل التواصل المختلفة ساهم في نقل الأنماط الثقافية و الحضارية عبر القارات، فأصبحت الثقافة إلى أي مكان و في أي زمان في ظل اختفاء الحدود و الحواجز الجغرافية، هذا ما سرع في وتيرة تدفق الأنماط اللباسية إلى الطلبة الجامعيين بصفة خاصة.

إن ثقافة العمولة التي نتجت من تطور وسائل التواصل جعلت الثقافات و بكل ما تحمله من عادات و تقاليد و انتماء و سلوكيات تسافر و بشكل أسرع مما مضى و بقدر أقل من العراقيل، مما أدى إلى اختلاط ثقافي وسط الطلبة، يقول طالب (س،و) من طور لمانستر علم التربية: "وسائل التواصل اليوم غيرت ثقافتنا جابتلنا ثقافة أجنبية، لأنو اليوم سهلت للعالم أنو ينشر ثقافة نتاعه بكل بساط، دير لايف على مواقع التواصل الاجتماعي و خلي ناس تشوف ثقافتك و راح توصل لكل منطقة في العالم"، يوضح لنا طالب آخر أنه اليوم و بفضل وسائل التواصل يمكن نشر ثقافتك حتى و إن كنت في آخر نقطة في العالم حيث يقول: "ما يهمش اليوم وين تسكن، تقدر الناس تعرف ثقافتك من خلال فيديو فيه بعض الدقائق" و يضيف "القيم الثقافية اليوم للطلبة تغيرت على السابق، رانا نشوفو في ثقافة أجنبية ماشي عربية".

تقول طالبة في طور المانستر علوم التربية: "ثقافة الطلبة اليوم هي مزيج من ثقافتنا و ثقافات أجنبية، و رانا نشوفو أنو الثقافات الأجنبية عندها تأثير على حياة الطلبة لأنو غيرت قيمهم و سلوكياتهم"، و تقول طالبة أخرى من نفس الطور في الفلسفة: "الفايس بوك و الانستغرام أنتج لنا ثقافة جديدة ذات أنماط ثقافية و سلوكيات أجنبية، ثقافة المجتمع الاصيله انصهرت وسط الثقافة الاجنبية، انتشار الثقافات اليوم أصبح بوتيرة أسرع و أسهل مما قد مضى".

يمكن القول أن عملية الانتشار الثقافي اليوم أصبحت بوتيرة أسرع و أسهل من الماضي و ذلك بفضل وسائل التواصل الجديدة و بما تقدمه من خدمات مختلفة، فإن الطلبة الجامعيين اليوم يعيشون وسط اغتراب ثقافي حيث تغيرت القيم و الممارسات الثقافية و الضوابط الاجتماعية للمجتمع بصفة عامة و للوسط الجامعي بصفة خاصة، و في ظل انتشار الثقافات الأجنبية وسط الطلبة من خلال وسائل التواصل المختلفة أصبح ذلك يشكل خطورة على الخصوصية الثقافية و الاجتماعية للطلبة الجامعيين.

ثالثاً: تأثير وسائل التواصل على انتشار الموضة

تبدلت معالم الموضة في السنوات الأخيرة، مع التطور الذي طرأ على العالم أجمع، لا سيما مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، إذ بات كل ما يتعلّق بالموضة متاحاً للجميع. كذلك لم تعد الموضة تقتصر على العواصم العالمية فقط، بل امتدت لتنتشر في كل أنحاء العالم. اعتبر موقع إنستغرام محرّكاً أساسياً لتسليط الضوء على الهوة الموجودة بين الموضة المنزفة والموضة السريعة، وهو عاملٌ أساسيٌّ ساهم في تغيير المشهد.

سهلت مواقع التواصل الاجتماعيّ عملية الاطلاع على آخر مستجدّات الموضة من صيحات وأخبار، كما أصبحت سبيلاً أساسياً للتسوّق الإلكترونيّ وفتحت آفاقاً جديدة للمستقبل. قديماً، كانت الموضة حكراً على الطبقات النخبويّة التي كانت تملك القدرة الشرائيّة لاختيار ما تقدّمه الدور الكبرى من صيحات وتصاميم. كذلك، لم يكن من الممكن رؤية عروض أسابيع الموضة، إلّا بعد نشرها في المجلّات! أمّا اليوم، فأصبح من الممكن اكتشاف الصيحات بالتزامن مع ظهورها في أسابيع الموضة، من خلال مواقع التواصل الاجتماعيّ، مثل إنستغرام، بعد ظهور هذا الموقع سنة 2010 والذي اختاره عالم الموضة كمنصّة أساسيّة له، انقلبت المقاييس رأساً على عقب وباتت الموضة مباحة لكلّ من يزور هذه المنصّة بالتحديد³⁷ شقّ عالم الموضة طريقه في عالم مواقع التواصل كإستراتيجية للتسويق تستهدف جيل الشباب، لأنّ موقع إنستغرام بدوره يتوجّه بشكلٍ أساسيٍّ إلى الجيل الجديد.

أصبحت عملية تصميم الأزياء أسرع مما كانت عليه في أيّ وقتٍ مضى، بسبب الثورة التي شهدتها العالم الرقميّ. تهدف هذه الفئة إلى تأمين طلب المستهلك تيمناً بما يظهر على مواقع إنستغرام، على السجّادة الحمراء وفي الشارع، بأسرع وقتٍ ممكن.

لذلك قرّرت الدور الكبرى حجز مكانٍ لها على مواقع التواصل الاجتماعيّ وتحديدًا موقع إنستغرام، لأنّه أصبح ركيزة أساسيّة لجذب العديد من رواد الموضة. ازدادت شعبيّة هذه الدور وتضاعفت أعداد النساء اللواتي يحلمن بامتلاك هذه التصاميم بسبب إن صيحات الموضة باتت تؤثر على شريحة أكبر من النساء، كما ساعدت هذه الطريقة على إرضاء الجماهير القادرة على تحمّل تكلفة هذه المنتجات، تلعب مدوّنات الموضة دوراً مؤثراً على تطلّبات واحتياجات متابعيهم، إذ بات هؤلاء يبذلن قصارى جهودهنّ للوصول إلى مبتغاهنّ .

من خلال اليوميات من السهل اختيار الصيحات التي تتاسبك من خلال زيارة صفحاتك المفضّلة على موقع إنستغرام وشراء الأزياء التي تنال إعجابك من أيّ مكان في العالم بكبسة زرّ، واستلامها بعد فترةٍ وجيزة في البيت. تجدر الإشارة إلى أنّ جميع المواقع بدأت باتّباع هذه التقنيّة، لأنّها سهّلت عملية الشراء في زمنٍ بات للوقت قيمةً وأهميّة لا مثيل لها. من جهة أخرى، أصبح بالإمكان مشاهدة أسابيع الموضة مباشرةً عبر مواقع التواصل الاجتماعيّ، إما من خلال الصور، الفيديو، البثّ المباشر، وغيرها. هذا الأمر سرّع وتيرة الصناعة في عالم الموضة بسبب الملايين من المستهلكين المستعدّين لشراء التصاميم بأسرع وقتٍ ممكن. كذلك، لم تعد تنحصر الموضة بمنصّات العروض فقط، بل انتقلت أيضاً إلى الشوارع لتعرف بـ Street Style بمجرّد التجوّل وسط الطلبة بإمكانك اكتشاف أحدث الصيحات والأفكار المتعلّقة بالموضة.

صناعة الأزياء اليوم لها مكانتها الخاصة التي تعزز وتروج لأحدث الاتجاهات. غير اختراع منصّات التواصل الاجتماعيّ المختلفة تماماً طريقة إدراكنا للمعلومات واستهلاكها. علاوة على ذلك هناك تحول نموذجي في عملية

³⁷ فريق منتدى جمالك، مواقع التواصل الاجتماعي غيرت مشهد الموضة، 2018/03/08،

<https://jamalouki.net>، 2023/05/15.

التفكير الشاملة ليس فقط للمستهلكين أو المشترين ولكن أيضاً لمصممي الأزياء العرب والعلامات التجارية. الموضة اليوم أكثر هدوءاً مع وجود أعداد من المؤثرين الذين يدافعون عن الأنماط والاتجاهات المختلفة وعروض الأزياء والأحداث والمصممين من مختلف أنحاء العالم. الأهم من ذلك، أصبحت القدرة على التواصل مع الناس في جميع أنحاء العالم أسهل بكثير.

هناك العديد من الفرص المتاحة لماركات الأزياء، بما في ذلك المنشأة والجديدة والقادمة، حيث يمكنها التأثير والتواصل في الوقت نفسه بردود الفعل الفورية. أصبحت جلسات العصف الذهني للعلامة التجارية أكثر إبداعاً واستباقية في نفس الوقت للاستيلاء على حصة فطيرة النجاح.

المعلومات عن الموضة هي مجرد نقرة تشمل أسابيح الموضة، الاتجاهات وأحدث المنتجات، قصص النماذج، المحتويات المستمرة، استثناءات الأنماط والمزيد. هناك متابعون يقومون بتسهيل المنتج والترويج له بشكل غير مباشر من خلال التعليق على منشورات انستغرام بالإضافة إلى منشورات فيس بوك، وتسجيلات الإعجاب بها، ومحبتهم ومشاركتهم فقط لإظهار ارتباطهم بعالم الموضة. وهذا يعني أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أنشأت ساحة لعب مستوية للجميع بغض النظر عن عمر العلامات التجارية واسمها. إذا كان أي أسلوب أو اتجاه جيد وقام بإنشائه أي شخص جديد فإنه أيضاً مقبول تماماً، شريطة أن يحصل على أكبر قدر ممكن من العرض في وسائل التواصل الاجتماعي.

هناك بالطبع طرق مختلفة للترويج لمنتجاتك من خلال مختلف مواقع التواصل الاجتماعي. يجب أن يكون لديك هاشتاغ مناسب لإنشاء التأثير المثالي أثناء تواجدك على فيس بوك، عليك إنشاء التوازن بين الرسومات والرسائل بالإضافة إلى وقت النشر. المدونة أيضاً يعتبر طريقة فعالة ليساعد الناس على معرفتك أكثر. وينبغي أن يكون كل شيء منسقاً تنسيقاً جيداً وأن يسخر على نحو جيد.

لقد أحدث إدخال مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلان والعلامة التجارية في صناعة الأزياء ثورة في النشاط بأكمله لأنه يفتح الأبواب أمام المزيد والمزيد من الناس للمشاركة وإنشاء علاقات مع العلامات التجارية. هذا هو الآن جزء أساسي من استراتيجيات التسويق والعلاقات العامة للعلامات التجارية للأزياء. تزداد أهمية وجود مدير أو وكالة أزياء مختصة في تواصل اجتماعي مع مرور كل يوم. والحقيقة المثيرة للاهتمام هي أن الشركات لم يكن لديها حتى ميزانيات مخصصة لهذا المنصب قبل بضع سنوات.

تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للعملاء الاختيار بين الاتجاهات وبالطبع المتعة للتسوق بمساعدة النقرات. كلما أكثرت المشاركة مع العملاء الحاليين والمستقبليين أكثر كلما زاد فرصة بيع المنتج وكذلك توسيع السوق. إذا كنت تمتلك علامة تجارية للأزياء، أو جديد في صناعة الأزياء، مهتماً بلفت انتباه عملائك من خلال تصميمك، فاستخدم منصات التواصل الاجتماعي بشكل صحيح لتحقيق النجاح.

في مقابلة مع طالبة ماستر علم اجتماع تقول: "إن وسائل التواصل اليوم ساهمت بشكل كبير في نشر الموضة اللباسية، لقد أصبحت هذه الأخيرة منصة لنشر الأنماط اللباسية المختلفة"، و تقول طالبة أخرى من طور ليسانس: "مواقع التواصل الاجتماعي اليوم هي عبارة عن منصة تسوق تروج لصيحات الموضة المختلفة".

و يوضح طالب من طور الماستر علم اجتماع: "الانماط اللباسية التي تدرج تحت مسمى الموضة جاءت من وسائل التواصل الاجتماعي، التي تنتشر كل ما هو جديد حول اللباس"، و يرى زميله " أن وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف مواقعها هي من ساهمت في نشر الموضة اللباسية".

لقد عملت وسائل التواصل الجديدة اليوم على تسريع وطأة اتجاهات الأزياء و الموضة بشكل هائل، فما كان يعرض على التلفاز و المجالات أصبح يعرض على الانستغرام و التيك توك فائق السرعة، و يعود سبب الانتشار الهائل و التأثير الكبير للموضة على منصات التواصل إلى انفاقها الوطيد مع مبادئ تلك المنصات، حيث تسعى المنصات إلى إظهار الأشياء بأبهى حلة و الربط بين مختلف الثقافات بغض النظر عن اختلافها و تحفيز التفاعلات بين أكبر عدد من المستخدمين.

إن المستوى الدراسي أو تخصص أو السن لا يثر على نمط لباس الطالب و عليه نجد بأن أغلبية الطلبة يفضلون اللباس المسامر للموضة لما تتميز به من قوة تأثير و سرعة الانتشار وسط الطلبة، و الواقع أن للموضة سيطرة على أغلب الناس لأنها تتطوي على إغراء عاطفي سببته وسائل التواصل من خلال تعديلها لصور اللباس و جعلها ذات جاذبية عالية و تعطي للفرد شهرة بالاستحسان عند مشاهدتها على مختلف المواقع، و بما أن فئة الشباب الجامعي هي أكثر الفئات تقبلا و تعلقا بالموضة لما تعطيه من حس بالتميز.

رابعا: تأثير وسائل التواصل على نمط لباس الطلبة

إنه لمن السهل اليوم إدراك حجم تأثير وسائل التواصل الجديدة في تغير الأنماط اللباسية عند الطلبة، حيث من الممكن أن نلاحظ الأنماط اللباسية الأجنبية في وسط الطلبة، ولم يعد تأثير وسائل التواصل محصورا اليوم على الطالبات لأنهن أكثرنا شغفا بالموضة و المظهر اللباسي فنجد اليوم أن التأثير قد تغلغل عند الطلبة ذكور، إن تأثير وسائل التواصل أصبح بوتيرة أسرع و أسهل لأنه و بفضل مواقع التواصل المختلفة (فايس بوك، انستغرام، تيك توك..... الخ) لأنه بفضل سهولة استخدام هذه التطبيقات و مختلف المضامين التي يقدمها و التي تختص بالموضة اللباسية.

بالرغم من أن أنماط لباس الطلبة الجامعيين اليوم توضح لنا تخلي الطلبة عن البعض من القيم المحلية التي كانت في وقت ما تضبط نمط اللباس، إلا أنهم يبررون هذا بقولهم: "يجب مواكبة الموضة و نحن اليوم في عصر السرعة و علينا أن نغير و ننضم الى كل ما هو عصري".

توضح طالبة من طور الماستر علم التربية: "أن النمط اللباسي اليوم للطلبة يوافق كل ما هو موضة، إن القيم و الضوابط المحلية اختفت بشكل كبير"، و تقول طالبة أخرى من نفس الطور بشعبه الفلسفة: "لقد غيرت وسائل التواصل

الاجتماعي كل شيء ، نشرت ثقافة جديدة وسط الطلبة " ، و يقول زميل لها : " لباس الطلبة اليوم من الجنسين يبحثون به عن نيل تقدير و إعجاب الطرف الآخر ، ليس من المهم لهم إن كان يخضع للقيم الثقافية و الضوابط الاجتماعية". إن أنماط لباس الطلبة الجامعيين اليوم هو تقليد أعمى لما يرونه عبر مختلف وسائل التواصل التي ساهمت في انتشار الموضة بشكل أسرع وسط الطلبة خاصة.

إن تأثير وسائل التواصل قد يدفع بالطلبة إلى تبني لأنماط مختلفة من اللباس قد تكون في بعض الأحيان منافية للقيم ومعايير الوسط الجامعي و القيم الثقافية الخاصة بالطلبة ، إلا أن البعض منهم يتجاوز القيم و المعايير فقط من أجل مواكبة العصر ، تقول طالبة ماستر أنثروبولوجيا : " المهم اليوم أن يكون نمط لباسك محور اهتمام بقية الطلبة " .

إن وسائل التواصل و من خلال ما تملكه و من مميزات مختلف تسعى إلى نشر ثقافة الاستهلاك و ذلك بإدخال قيم و معايير أجنبية جديدة تعمل على طمس الثقافات الأصلية و تقوية النزعة الفردانية و عليه كل من يتبع الأنماط اللباسية الأجنبية فهو طالب متحضر و مواكب للعصر و هو بالتالي ينال التقدير و الاحترام من طرف الآخرين و العكس صحيح، فالشباب اليوم يهدف من خلال تقليده الأعمى للأنماط اللباسية الأجنبية التي تنشرها وسائل التواصل إلى نيل التقبل من الآخرين .

إن حلم توحيد الثقافات الذي طال صناعات الثقافات الأجنبية و التي تهدف الى توحيد المقومات الثقافية على مستوى العالم و هذا لا يكون إلا من خلال التأثير على أذواق أفراد المجتمع خاصة الشباب الجامعي في مختلف أنحاء العالم و القضاء على التمايز و الاختلاف ، و بفضل وسائل التواصل الجديدة التي ساهمت في نشر الأنماط اللباسية الأجنبية على مختلف المواقع و تأثر الشباب الجامعي .

إن تأثر الشاب الجامعي بالثقافات الأجنبية دون التعمق في جوهر و عمقها الفكري ، فالبعض من الطلبة يعتمد على ثقافة لباس و يعتبرها تحضرا و مواكبة للعصر و تدل على تطور مجتمعهم على الرغم من أنها غريبة عن الأعراف و التقاليد الخاصة بنا.

إن جل الأنماط اللباسية التي نلاحظها في وسط الطلبة الجامعيين هي نتيجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي فنجد مثلا الطلبة الذين يلبسون نمط(البوي فراند) و هو نمط لباسي وافد من الثقافة الكورية التي نشرت ثقافتها في السنوات الاخيرة من خلال فرقها الغنائية التي روجت للباس في الوسط الشبابي بصفة عامة وكان الطلبة الأكثر تأثرا كونهم أكثر فئة استعمالا و تصفحا لشبكات التواصل الاجتماعي ، و لباس (المريولين) و هو نمط لباسي تعتمد العصابات في أمريكا ، وارتبط انتشار هذا النمط اللباسي وسط الطلبة الذكور بنقشي ظاهرة المخدرات .

تعتبر الإناث أكثر فئة متأثرة بالأنماط اللباسية الأجنبية لأنهن أكثر استعمالا لمواقع التواصل الاجتماعي ، فمختلف الأنماط التي نلاحظها (الحجاب العصري ، البوي فراند) كلها ترمز لثقافات أجنبية و تحمل هذه الأنماط قيما و معايير مخالفة لقيم مجتمعنا.

إن رغبة الطلبة في الإحساس بالحرية و الاستقلالية الذاتية دفعهم لاختيار أنماط اللباس الأجنبية ، وتأثرهم ببعض الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي .

اندفاع الطلبة نحو الموضة بهدف الانتماء للأغلبية و تقليد المشاهير و النجوم من المؤثرين على أنماط اللباس و بالتالي فقد الطلبة ذوقهم الخاص و أصبح هناك ذوق عالمي يتبعه جميع الأفراد.

لقد أدت وسائل التواصل الاجتماعي إلى نشر أنماط لباسيه أجنبية ،أصبحت بالنسبة للطلبة مرجعية ثابتة يختارون منها النمط اللباسي الخاص بهم .

لقد سهلت وسائل التواصل على الأفراد عملية اختيار أنماط اللباسية من خلال نشر كل ما هو موضة جديدة عبر مواقع التواصل.

لقد جعلت الموضة جميع الطلبة يظهرون بمظهر واحد ، لأنهم يرتدون ما هو مواكب للموضة و بالتالي يختارون نفس النمط اللباسي في أغلب الأحيان .

إن وسائل التواصل المختلفة قد أعطت نمطا جديدا للتسوق فغيرته من النمط العادي إلى التسوق الإلكتروني و هذا ما ساعد في نشر الموضة اللباسية وسط الشباب الجامعي الذي اعتمد هذا النمط لأنه يعتبره أسهل و يغنيه عن إضاعة الوقت في التسوق العادي.

إن من أهم الأسباب التي جعلت الطلبة يتابعون الموضة على شبكات التواصل الاجتماعي هي سهولة استعمال التطبيقات المختلفة ، و توفر له مختلف المضامين التي تختص باللباس، و دور المؤثرين في إبراز جمالية القطعة اللباسية .

إن اعتبار الثقافة الأجنبية ثقافة عالمية مهيمنة و بقية الثقافات هي ثقافات ثانوية ، لذا يحب الأفراد السير وراء الثقافة المهيمنة بقاعد (المغلوب مولع بثقافة الغالب).

نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة القطب الجامعي شتمة ، و التي استخدمنا فيها أدوات البحث العلمي مثل الملاحظة بالمشاركة و المقابلة ، و التي قادتنا الى الكشف عن مجموعة من النتائج حول ثقافة اللباس وسط الطلبة الجامعيين في ظل التغير الثقافي الذي تسببه وسائل التواصل الجديدة ، و كيف تأثر الثقافة اللباسية للطلبة ، و رصد مظاهر تأثير وسائل التواصل على ثقافة لباس الطلبة الجامعيين من الجنسين .ولقد توصلت من مجموعة المقابلات التي قمت بها على الطلبة الى النتائج التالية:

- يتوفر الفضاء الجامعي على مجموعة من الأنماط اللباسية المتنوعة ، و الذي قسمناه على حسب الشكل كل شكل له صفاته و مميزاته ، فوجدنا لباس المربولين و البوي فراند و اللباس الممزق و الحجاب العصري و الكلاسيكي .
- تغير النمط اللباسي مع تطور وسائل التواصل الجديدة التي ساهمت في انتشار صيحات الموضة بشكل أسرع .
- يهتم البعض من الطلبة بمظهرهم اللباسي من أجل لفت انتباه الآخرين .
- يعتبر الطلبة أن نمط لباسهم لا يعبر عن ميولاتهم بل هي مجرد موضة بالنسبة لهم.
- يعتبر الانستغرام و التيك توك من أكثر المواقع التي يتابعها الطلبة من أجل متابعة كل أنماط اللباس المواكبة للموضة .
- تعتمد الطالبات بشكل أكبر من طلبة ذكور على مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار أنماط لباسهن.
- تعتمد أغلب الطالبات في الفترة الأخيرة على لبس الحجاب العصري لأنه يوحي بالتمسك بالدين و بالعادات و التقاليد .
- تهتم الطالبات بتقليد الموضة الأجنبية من خلال متابعة المؤثرين الذين ينشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بعكس الطلبة ذكور هم أقل متابعة للمؤثرين .
- بفضل وسائل التواصل أصبح الطلبة اليوم يفضلون اقتناء ملابسهم عبر مواقع التواصل خاصة انستغرام .
- إن وسائل التواصل الجديدة غيرت الكثير من القيم الثقافية و السلوكيات عند الطلبة الجامعيين .
- اكتساب الطلبة في الوسط الجامعي مجموعة من القيم الثقافية و ذلك نتيجة التغير الذي تحدثه مواقع التواصل.
- سيطرة الثقافة الأجنبية و اعتبارها ثقافة عالمية و أن بقية الثقافات هي ثانوية، الضعيف مولع بتقليد الغالب.

الخاتمة:

يعتبر اللباس حاجة نفسية و اجتماعية أكثر منه حاجة للوقاية و سترة الجسد ، و هذا يرجع لما يتطلبه الواقع عبر ما أنتجه المجتمع من قيم و معايير من خلال الثقافة الشعبية و ما تحتويه من أمثال و حكم، و من الملاحظ أن اللباس قد مر بمجموعة من المتغيرات و التطورات و التي من أبرزها وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت اليوم تقدم أنواع مختلفة و متنوعة من الموضة اللباسية للشباب الجامعي إناثا و ذكورا على حد سواء، و من مظاهر تأثير الموضة على الشباب الجامعي ظهور أنماط لباسية جديدة و تحمل قيما و رموزا أجنبية ، حيث نلاحظ تخلي الافراد عن قيمهم الثقافية و تقليد الأجانب في نمطهم اللباسي الذي يحمل في ثناياه قيما و معايير أجنبية .

لقد غيرت مواقع التواصل الاجتماعي الانماط اللباسية للشباب بسبب اعتماد دور الازياء عليها في ترويج أزيائهم و محاولة جعلها موضة لباسية عند الشباب .

محاولة وسائل الاتصال لنشر الثقافات الاجنبية من خلال تغيير القيم الثقافية السائدة في المجتمعات و ذلك من خلال نشر أنماط لباسية مختلفة عبر مختلف المواقع .

تبقى ظاهرة الاهتمام باللباس تسمح لنا بتكوين هويتنا الفردية و التي من خلالها ندخل في تفاعل مع الاخر حيث نحدد بها ما يميزنا و نعبر بها عن حريتنا و اختياراتنا و اذواقنا من اللباس ، و هو يعبر عن قيمنا الثقافية و معاييرنا الاجتماعية .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

■ المصادر :

1. القرآن الكريم
2. الحديث النبوي الشريف

■ الكتب :

1. الاستاذ على عبد الرزاق و آخرون، علم الاجتماع الثقافي ،دار المعرفة الجامعية ،مصر،2005
2. دلال أستيتية ،التغير الاجتماعي و الثقافي ،ط2،دار وائل للنشر و التوزيع ،عمان ،2008
3. علي الحوات ،النظرية الاجتماعية ،منشورات elga مالطا، 1998
4. محمود إسلام الفار ، معجم علم الاجتماع(عربي،انجليزي)،الطبعة الثانية ،دار المعارف،2001
5. بوتقرات رشيد ، ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع،جامعة الجزائر،2006/2007
6. رشيد بلعيسي ،نوعية الأغلفة النفسية و الخيال الرمزية من خلال طريقة اختيار اللباس ، دراسات نفسية تربوية ، مخبر تطوير الممارسات النفسية و التربوية ،العدد 18 ، 18 جوان 2017 ، جامعة الجزائر 2
7. نخبة من أعضاء هيئة التدريس ، طرق البحث و أدلة العمل الميداني في الدراسات الأنثروبولوجية،دار المعرفة، الاسكندرية ،2005
8. رشيد بلعيسي ، اختيار نمط اللباس ، الأغلفة النفسية و الجسدية ، مذكرة ماجستير في علم النفس قسم النفس و الأروطوفونيا ، جامعة الجزائر 2 ،2009-2010
9. محمد بن سعود البشر ، نظريات التأثير الإعلامي ، العبيكان للنشر و التوزيع ، الرياض ، 2014،العدد 27
10. عوف مخالفة،تاريخ الألبسة الجزائرية التقليدية ، ترجمة سعاد خايلي ،موفم للنشر الجزائر ،2007.

■ المجلات :

1. إشكالية التغير الثقافي تم النشر بتاريخ :22-12-2014
2. لزهرة مساعدي ، في مفهوم الثقافة و بعض مكوناتها ، مجلة الذاكرة ، العدد التاسع ، تصدر عن مخير التراث اللغوي و الادبي في الجنوب الشرقي الجزائري ، جوان 2019 .
3. محاضرات في تقنيات البحث العملي ،المحاضرة رقم 3، 2021/ معجم لسان العرب لابن منظور ،دار العراق ،15-09-2021 .

● مواقع إلكترونية :

1. مبروك بوطقوقة ، خطوات المنهج الإثنوغرافي ، 17-05-2021

الملاحق

دليل المقابلة

- مقابلات فردية.
- مقابلات جماعية .

الفترة الممتدة من: 2023/05/01 إلى 2023/05/30

مراحل إجراء المقابلات :

للقيام بالدراسة الميدانية و الوقوف على ثقافة اللباس عند الشباب الجامعي و تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في جامعة محمد خيضر بسكرة ، و قصد الحصول على أكبر عدد من المعطيات و المعلومات عن رمزية لباس الطلبة و مظاهر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على لباس الطلبة ،تم تنظيم مقابلات مع مجموعة مختلفة من الطلبة إناث و ذكور و من تخصصات مختلفة ، و ذلك باعتماد الأسئلة الموجهة و التي كانت تخص عدة جوانب من اللباس و مواقع التواصل و تأثيرها .
و تم استعمال مقابلات فردية و اخرى جماعية و ذلك لمعرفة التصورات الفردية و الجماعية للطلبة حول الأنماط اللباسية .

البيانات الشخصية :

الاسم و اللقب :

الجنس : ذكر أنثى

التخصص:

المستوى: ليسانس ماستر دكتوراه

سير المقابلة :

أسئلة الفصل الثاني : اللباس

على أي اساس تختار لباسك ؟

.....
.....

هل تظن أن نمط لباسك يعبر عن ميولاتك و اتجاهاتك الفكرية ؟

.....
.....

هل تظن أن نمط اللباس اليوم أفضل من نمط اللباس الماضي ؟

.....
.....

كيف أثرت الموضة على اختيارك لنمط لباسك ؟

.....
.....

هل ترى أن الأنماط اللباسية اليوم هي تقليد أعمى للأنماط اللباسية الأجنبية؟

.....
.....

الملاحق

هل تعرف رمزية لباسك أم هي مواكبة للموضة فقط ؟

.....
.....

أسئلة الفصل الثالث : وسائل التواصل الجديدة

هل تتابع أخبار الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

.....
.....

ماهي أهم صفحات الموضة اللباسية التي تتابعها ؟

.....
.....

هل تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في اقتناء ملابسك ؟

.....
.....

هل أدى استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي إلى التأثر بالموضة اللباسية الأجنبية؟

.....
.....

هل تقوم بتقليد مؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

.....
.....

أسئلة الفصل الرابع: تأثير وسائل التواصل الجديدة على الطلبة

هل يتم تقليد الأنماط اللباسية الأجنبية تقليداً أعمى بدون إخضاعها للقيم الثقافية و الضوابط الاجتماعية للمجتمع ؟

.....
.....

هل أثرت مواقع التواصل في تغيير عملية اقتناء الملابس من الواقع إلى المواقع ؟

.....
.....

هل ترى أن لباس الطلبة اليوم يوافق القيم الثقافية و الضوابط الاجتماعية للمجتمع ؟

.....
.....

في رأيك كيف ساهمت وسائل التواصل الحديثة في نشر الموضة اللباسية ؟

.....
.....

ما هي الأنماط اللباسية الأكثر شيوعاً وسط الطلبة الجامعيين ؟

.....
.....

صور لأنماط اللباسية التي يقلدها الشباب الجامعي:



صور لأنماط لباسية مختلفة تعتمدها الطالبات (مأخوذة من الأنستغرام)



صور تمثل أنماط لباسية يعتمدها الشباب (ذكور) الجامعي (مأخوذة من انستغرام)

ملخص :

نظرا للتغيرات التي شهدتها النمط الثقافي للطلبة الجامعيين بصفة خاصة و ما تمثل خاصة في تغير الأنماط اللباسية وسط الطلبة ،جاءت هذه الدراسة للكشف عن التأثير الذي تخلفه وسائل التواصل الجديدة في تحديد اختيارات الطلبة لأنماط لباسهم ، و اعتمدت هذه الدراسة على إجراء مقابلات مع عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية لجامعة محمد خيضر القطب الجامعي شتمة ، حيث تمت هذه الدراسة مع طلبة من الجنسين إناث و ذكور من مختلف الأقطار الدراسية .
كان الهدف من الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما هي مظاهر التغير الثقافي في اللباس لدى الشباب الجزائري في ظل وسائل التواصل الجديدة؟
 - فيما تتمثل مظاهر اللباس الجديدة عند الطلبة ؟
 - ما هي أهم وسائل التواصل الجديدة التي يستخدمها الطلبة في اقتناء لباسهم؟
 - ما هي مظاهر تأثير وسائل التواصل الجديدة على لباس الطلبة ؟
- و من خلال المقابلات توصلنا في نتائج الدراسة إلى أن :
- يتوفر الفضاء الجامعي على مجموعة من الأنماط اللباسية المتنوعة ،و الذي قسمناه على حسب الشكل كل شكل له صفاته و مميزاته ، فوجدنا لباس المريولين و البوي فراند و اللباس الممزق و الحجاب العصري و الكلاسيكي .
 - تغير النمط اللباسي مع تطور وسائل التواصل الجديدة التي ساهمت في انتشار صيحات الموضة بشكل أسرع .
 - يهتم البعض من الطلبة بمظهرهم اللباسي من أجل لفت انتباه الآخرين .
 - يعتبر الطلبة أن نمط لباسهم لا يعبر عن ميولاتهم بل هي مجرد موضة بالنسبة لهم.
 - يعتبر الانستغرام و التيك توك من أكثر المواقع التي يتابعها الطلبة من أجل متابعة كل أنماط اللباس الموكبة للموضة .
 - تعتمد الطالبات بشكل أكبر من طلبة ذكور على مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار أنماط لباسهن.
 - تعتمد أغلب الطالبات في الفترة الأخيرة على لبس الحجاب العصري لأنه يوحى بالتمسك بالدين و بالعادات و التقاليد .
 - تهتم الطالبات بتقليد الموضة الأجنبية من خلال متابعة المؤثرين الذين ينشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بعكس الطلبة ذكور هم أقل متابعة للمؤثرين .
 - بفضل وسائل التواصل أصبح الطلبة اليوم يفضلون اقتناء ملابسهم عبر مواقع التواصل خاصة انستغرام .
 - إن وسائل التواصل الجديدة غيرت الكثير من القيم الثقافية و السلوكيات عند الطلبة الجامعيين .

summary :

In view of the changes witnessed by the cultural style of university students in particular, and what is represented in particular in the change of dress styles among students, this study came to reveal the impact left by the new means of communication in determining students' choices for their dress styles, and this study relied on conducting interviews with a sample of students The Faculty of Social and Human Sciences of the University of Muhammad Kheidar, the university pole, Shatma, where this study was conducted with students of both sexes, females and males, from different educational levels.

The aim of the study was to answer the following questions:

- What are the manifestations of cultural change in dress among Algerian youth in light of the new means of communication?
- What are the manifestations of the new dress for students?
- What are the most important new means of communication that students use to purchase their clothes?
- What are the manifestations of the impact of the new means of communication on students' dress?

Through the interviews, we reached the results of the study that:

- The university space has a variety of different styles of clothing, which we divided according to the shape. Each form has its own characteristics and advantages. We found mariolin, boyfriend, torn dress, and the modern and classic hijab.
- Changing the dress style with the development of new means of communication that contributed to the spread of fashion trends faster.
- Some of the students care about their dress in order to attract the attention of others.
- Students consider that their style of clothing does not express their preferences, but is merely a fashion for them.
- Instagram and Tik Tok are among the sites most followed by students in order to follow all styles of dress that keep pace with fashion.
- Students depend more than male students on social networking sites in choosing their clothing styles.
- Most of the female students depend in the recent period on wearing the modern hijab because it suggests adherence to religion and to customs and traditions.

- Female students are interested in imitating foreign fashion by following influencers who are active through social networking sites, unlike male students who are less likely to follow influencers.
- Thanks to the means of communication, students today prefer to own their clothes through communication sites, especially Instagram.
- The new means of communication have changed many cultural values and behaviors of university students.