

الاتجاه نحو الموضة لدى طلبة جامعة تكريت

أ.د طارق هاشم خميس

كلية التربية . جامعة تكريت

Abstract:

The research aimed to identify the level of trend towards fashion among the students of the Faculty of Education for Human Sciences in Tikrit University, and the difference between males and females in this variable.

A scale was used by the researcher for the lack of a measure for this purpose, after extracting his virtual credibility by presenting it to the experts and confirming it in a retest method (0.82). The data was statistically treated using statistical bag (spss).

المخلص

استهدف البحث التعرف على مستوى الاتجاه نحو الموضة لدى طلبة كلية التربية للعلوم الانسانية بجامعة تكريت، والفرق بين الذكور والاناث في هذا المتغير.

تم استخدام مقياس أعده الباحث لعدم توافر مقياس لهذا الغرض، بعد استخراج صدقه الظاهري بعرضه على الخبراء وثباته بطريقة اعادة الاختبار وبلغ (82,0) وعولجت البيانات إحصائياً باستخدام الحقيبة الاحصائية (spss).

مشكلة البحث

عثر الباحث على دراسات تتعلق بالاتجاهات ودراسات على الموضة ولكنه لم يعثر على دراسات سابقة تناولت دراسة الاتجاه نحو الموضة لدى طلبة الجامعة رغم اهمية هكذا نمط من الدراسات ولا سيما ان طلبة الجامعة قد يتأثرون بالمجتمع الذي هم به لأنهم جزء منه وبما أن الموضة هي جزء من ثقافة وتقاليد الشعوب أصبح طلبة الجامعة بين مؤيد ومعارض للموضة لذلك توجب علينا معرفة اتجاه

طلبة الجامعة نحو الموضة وسوف نخص منهم الاناث لأنهن امهات المستقبل ومربيات الأجيال القادمة.

أهمية البحث والحاجة إليه:

تعد الاتجاهات ذات الصلة وثيقة بحياة الانسان وبأفكاره وقيمه وثقافته وسلوكه، فلكل إنسان اتجاهاته الخاصة به نحو القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية والسلوكية وهذه الاتجاهات جاءت بعد مراحل التنشئة الاجتماعية والظروف الخاصة التي مر بها هذا الانسان، وبعد خبراته السابقة وطبيعة المجتمع الذي نشأ فيه، وغيرها من العوامل التي تسهم في تكوين الاتجاهات لدى الأفراد (صديق، 2012:299) والاتجاه هو أسلوب منظم متنسق في التفكير والشعور ورد الفعل تجاه الناس والجماعات والقضايا الاجتماعية أو اتجاه أي حدث في البيئة بصورة عامة. (لامبرت، 1993:113).

إن الاتجاهات نتاج اجتماعي ثقافي (من تنشئة اجتماعية وتفاعل اجتماعي وخبرات سابقة....) (صديق، 2012:305).

يعد مفهوم الاتجاه من أكثر المفاهيم استخداما في علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع وتنصب الاتجاهات على شتى مظاهر الحياة وهي كثيرة ومتشعبة فهناك اتجاهات نحو العديد من القضايا والموضوعات والظواهر فالاتجاه هو تنظيم من الاعتقادات حول موضوع أو موقف معين وهو ثابت نسبياً ويجعل الفرد قابلاً لأن يستجيب بطريقة معينة على الرغم من أنه موجود ليس وجوداً مادياً ملحوظاً بل هو مجرد تكوين فرضي يستدل على وجوده من آثاره، وعادة ما يعبر عنه بصورة لفظية أو من خلال استجابات الفرد التي تقيس الاتجاه. (المصري، 2004:6).

والمكونات الرئيسية للاتجاهات هي الأفكار والمعتقدات والمشاعر أو الانفعالات والنزعات الى رد الفعل (لامبرت، 1993:113).

تقوم الاتجاهات بوظائف متعددة في حياة الفرد حيث تساعد على التكيف في مجتمعه بعاداته وأعرافه ونظمه وضمن مؤسساته وتقدم له فرص التعبير عن ذاته

وتحديد هويته في اطار العلاقات والتفاعلات الاجتماعية المتنوعة كما أنها تساعد الفرد على اتخاذ القرارات والمواقف التي يتعرض لها ومن ثم تنظم سلوكه ومعرفته وانفعالاته ضمن مجتمعه (صديق، 2012: 308).

الموضة هي ذلك التصميم الجديد المتغير من موسم لآخر، والذي يحمل مواصفات تتحكم في عناصر التصميم كالخط والشكل واللون والنسيج المستخدم وكل ما يتعلق بالملبس سواء كان غطاء الرأس أو الحذاء أو مكملات الزينة (عابدين، 1996: 201) وهي ضرب من الحركات الاجتماعية التي أصبحت تلعب دورا خطيرا في وجوه متعددة من المجتمع الحديث قيمة ومعايره وزعامته والانماط السلوكية فيه ونتاجه الصناعي وعرفه وتقاليده وآدابه العامة بل في كل تراثه الحضاري والاجتماعي على السواء وفي النقلة الاجتماعية فيه على اختلاف ضروبها وأنواعها (الكعبي، ب.ت: 9).

وهي الممارسات الجديدة التي تستسيغها الجماعة وتتقبلها فتنتشر بين كثير من الأفراد والموضات عادات لا تتصف بالاستقرار والدوام فهي في الغالب قصيرة الأجل سريعة الزوال وبعد فنائها تتلوهها موضات اخرى (ذياب، 1980: 217)

تطور الإحساس بالموضة عبر العصور المختلفة وتطور معه استخدام كلمة موضة ابتداء من أواخر العصور الوسطى فالكلمة اللاتينية Modus كانت تعني الطريقة وفي سنة 1393م كانت كلمة الموضة تعني بالفرنسية facon أو الطريقة أيضا وهذه هي الكلمة التي تطورت إلى fashion بالإنكليزية وفي نفس السنة ظهرت الكلمة لتعني الطريقة الجماعية للاهتمام بالملبس وفي سنة 1549م صارت موضة تعني أن تصبح على الموضة اي شيء متطور في ملبسك.

وفي نهاية القرن الثامن عشر أصبحت الموضة صناعة وخاصة بعد قيام الثورة الصناعية وتأثيرها الطاعي على مناحي الحياة في أوروبا فأصبحت الموضة صناعة وتجارة أيضا ونتج عن ذلك ظهور مهن جديدة كمهنة الطرزي والكواء ومصمم الموضة وبائعها.

ومع بداية سنة 1780م انتشرت محلات بيع الملابس وزاد انتشارها خلال القرن التاسع عشر وبالتالي ازدهرت صحافة الموضة التي تقوم على الترويج لها. أما بيوت الأزياء الراقية التي ظهرت في أوروبا فقد كان مؤسسها هو شارل فريديريك دورث وقد كان المصمم الخاص لأزياء الملكة اوجيني. وتطور نظام بيوت الأزياء العالمية ولم يعد يقتصر فقط على تصميم وبيع الملابس بل امتد الى تصميم وابتكار الإكسسوار ومكملات الزينة والإشارات والاحذية وآلاف المنتجات الأخرى حتى أصبحت تلك البيوت امبراطورية تجارية مستقلة (الانترنت). ومن هنا يتبين لنا أن الموضة عبارة عن عادات وتقاليد مستحدثة وغير ثابتة ممارسة من طرف الأفراد والجماعات مما يخلق انماطا سلوكية جديدة تؤثر في القيم والعادات الاجتماعية السائدة.

هدفا البحث:

يهدف البحث الحالي إلى:

1. التعرف على اتجاه طلبة جامعة تكريت نحو الموضة.
2. الكشف عن الفروق في الاتجاهات نحو الموضة حسب متغير الجنس.

حدود البحث:

يقتصر البحث على طلبة كلية التربية الانسانية في جامعة تكريت للعام الدراسي (2015-2016)

تحديد المصطلحات:

أولاً-الاتجاه Attitudes

1. عرفها كاپاسوامي KOPPUSWAMY بأنها : (موقف الفرد اتجاه بعض

المواقف أو الأشخاص أو الجماعات المختارة) (دويدار، 1994: 58).

2. عرفها ولمان (معجم) بأنها (هو استعداد متعلم للاستجابة بطريقة منسقة وبأسلوب محدد أكان إيجابياً أم سلبياً لأشخاص أو موضوعات أو مفاهيم معينة) (جابر 1978: 98).

3. عرفها توماس TOMAS بأنها (اتجاه الشخص هو حصيلة مزاجه ونوع المفاهيم التي يفرضها عليه مجتمعه والصورة يدرك بها شتى المواقف في ضوء خبراته وتفكيره) (دويدار، 1994: 160).

4. عرفها ثورستون THURSTONE بأنها (الاتجاه هو درجة العاطفة الإيجابية أو السلبية المرتبطة بموضوع نفسي) (دويدار، 1994: 158).

5. عرفها البورت ALLPORT بأنها (الاتجاه هو إحدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة، ولها فعل توجيه على استجابات الأفراد للأشياء والمواقف المختلفة) (ALLPORT، 1954: 45).

6. عرفها راجح بأنها (الاتجاه هو استعداد وجداني مكتسب، ثابت نسبياً، يميل بالفرد إلى موضوعات معينة فيجعله يقبل عليها ويفضلها، أو يرحب بها ويحبها، أو يميل به عنها فيجعله يعرض عنها أو يرفضها أو يكرهها) (راجح، 1973: 95)

7. عرفها زهران بأنها فيرى أن (الاتجاه النفسي الاجتماعي تكوين فرضي، أو متغير كامن أو متوسط (يقع فيما بين المثير والاستجابة) وهو عبارة عن استعداد نفسي، أو هو تهيو عقلي عصبي متعلم، للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تثير هذه الاستجابة). (زهران، 1977: 144).

ثانياً-الموضة: Personality Narcissism

1. عرفها Boudon: عبارة عن عملية تحول مستمرة وفي اتجاه دائري لاختيارات معينة لعناصر مجتمع معين في كل المجالات (152-153: ب. ت Boudon:

2. عرفها G. Tarde: يرى أنها أحد الطرق لتحديد ما هو جديد وأجنبي والخاص بمجتمعات الطبقات، والمقابل للعادات أي تحديد القديم والأشياء التي سبقت. (تهامي، 1997: 87-88).

1. **عرفتها عابدين 1996:** الموضة هي ذلك التصميم الجيد المتغير من موسم لأخر والذي يحمل موصفات · تتحكم في عناصر التصميم: الخط والشكل واللون والنسيج المستخدم، وكل ما يتعلق بالملبس سواء كان غطاء للرأس أو حذاء أو مكملات الزينة وقبله أفراد المجتمع الذي يوجد فيه، وتنتشر بين أفرادها، وليس إتباع (الموضة) بكل ما تمليه على المجتمع من ضرورة لتطويره، ولكن التطور والرقي فيما يختاره الفرد سواء أكان ذكرا أم أنثى ليكون ملائما لطبيعة مجتمعه وتقاليد، وما يتطلبه العرف والدين وما يتلاءم مع طبيعته وعمله وشخصيته، فيرتدي الزي المناسب في السن المناسب والمكان المناسب (عابدين، 1996: 201).

2. **عرفتها ذياب 1980:** هي الممارسات الجديدة التي تستسيغها الجماعة وتقبلها، فتنشر بين كثير من الأفراد. والموضات عادات لا تتصف بالاستقرار والدوام، فهي في الغالب قصيرة الأجل سريعة الزوال، وبعد فنائها تتلوهام موضات أخرى (ذياب، 1980: 217)

3. **عرفها الكعبي 2000:** هي ضرب من الحركات الاجتماعية التي أصبحت تلعب دورا خطيرا في. وجوه متعددة من المجتمع الحديث، قيمه ومعايره وزعامته والأنماط السلوكية فيه وإنتاجه الصناعي وعرفه وتقاليد وأدابه العامة بل في كل تراثه الحضاري والاجتماعي على السواء وفي النقلة الاجتماعية فيه على اختلاف ضروبها وأنواعها (الكعبي، 2000: 9)

التعريف النظري عبارة عن عملية تحول مستمرة وأحد الطرق لتحديد ما هو جديد وأجنبي والخاص بمجتمعات الطبقات وهي ذلك التصميم الجيد المتغير من موسم لأخر والذي يحمل موصفات وهي الممارسات الجديدة التي تستسيغها الجماعة وتقبلها فتنشر بين كثير من الأفراد هي ضرب من الحركات الاجتماعية التي أصبحت تلعب دورا خطيرا في وجوه متعددة من المجتمع الحديث.

التعريف الاجرائي للموضوعة:

تعتبر عن حب الظهور والتي يمكن كشفها من خلال نتيجة الدرجة الكلية في اجابة المفحوص على الاداة المستخدمة في البحث.

الاطار النظري و الدراسات السابقة

تعد الاتجاهات ذات صلة وثيقة بحياة الإنسان وبأفكاره وقيمه وثقافته وسلوكه، لكل إنسان اتجاهاته الخاصة به نحو القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية والسلوكية، وهذه الاتجاهات جاءت بعد مراحل التنشئة الاجتماعية، والظروف الخاصة التي مر بها هذا الإنسان وبعد خبراته السابقة، وطبيعة المجتمع الذي نشأ فيه وغيرها من العوامل التي تسهم في تكوين الاتجاهات لدى الأفراد. وتسعى كثير من الدراسات الاجتماعية من خلال دراسة اتجاهات الناس في تسليط الضوء على الموضوع المدروس بكل حيثياته، ومن ثم فإن معرفة كيفية استخدام الاتجاهات في الدراسات الاجتماعية هو حاجة ملحة للطلبة والباحثين (صديق، 2012: 299).

وبناء على المفهوم الاتجاه فإنه يوجد لدى الإنسان عدد لا نهائي من الاتجاهات نحو العديد من القضايا والموضوعات والأشياء، ومع الثبات النسبي للاتجاهات إلا أنها قد تتغير مع تغير الزمان والمكان وهذا التغير مرتبط أيضاً بالمواقف والخبرات التي قد يتعرض لها الفرد، وهذا الأمر مرتبط بمدى قوة تلك المواقف وقدرتها في التأثير على الفرد بحيث تترك أثراً قوياً لدى الفرد يدفعه لتغيير اتجاهه نحو القضية المتعلقة بالموقف الذي تعرض له. (مطر . 2008: 207)

والاتجاه يعنى التوجه نحو موضوعات معينة أو مواقف ذات صبغة انفعالية واضحة وذات دوام نسبي. وقد يشير إلى الاستعداد أو الميل المكتسب الذي يظهر في السلوك الفردي والجماعي عندما نكون بصدد تقسيم شيء أو موضوع بطريقة منسقة ومتميزة. أو قد ينظر إليه على أنه تعبير محدد عن قيمة أو معتقد ولهذا

يشتمل على نوع من التقييم الإيجابي أو السلبي والاستعداد نحو الاستجابة لموضوعات أو مواقف بطريقة محددة ومعروفة (غيث، 1988).

أنواع الاتجاهات:

هناك عدة أنواع للاتجاهات:

1. الاتجاهات الجماعية والاتجاهات الفردية: إذ تعبر الاتجاهات الجماعية عن آراء عدد كبير من أفراد المجتمع، في حين الاتجاهات الفردية هي التي تميز فرداً عن آخر.

2. الاتجاهات الموجبة والاتجاهات السالبة: إذ تقوم الاتجاهات الموجبة على تأييد الفرد وموافقته، في حين الاتجاهات السلبية تقوم على معارضة الفرد وعدم موافقته.

3. الاتجاهات القوية والاتجاهات الضعيفة: فالاتجاه القوي هو ذلك الاتجاه الذي يبقى قوياً على مر الزمان، أما الاتجاه الضعيف فيمكن للفرد أن يتخلى عنه بسهولة (ملحم، 1995: 25).

طرائق التعبير عن الاتجاهات:

يتم التعبير عن الاتجاهات من قبل الفرد بطريقتين هما:

1. طريقة لفظية وهي على نوعين:

- الاتجاه اللفظي التلقائي: يعبر الفرد عن اتجاهه بشكل صريح علني في حديثه.
- الاتجاه اللفظي المستشار: يعبر الفرد عن اتجاهه عندما يوجه إليه سؤال ما.

2. طريقة عملية (الاتجاه العملي): يعبر الفرد عن اتجاهه بسلوكه وتصرفاته العملية. (صديق، 2012: 308).

وظائف الاتجاهات:

تقوم الاتجاهات بوظائف متعددة في حياة الفرد، حيث تساعده على التكيف في مجتمعه بعاداته وأعرافه ونظمه وضمن مؤسساته، وتقدم له فرص التعبير عن ذاته وتحديد هويته في إطار العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، كما أنها تساعد الفرد على

اتخاذ القرارات في المواقف التي يتعرض لها، ومن ثم فهي تنظم سلوكه ومعرفته وانفعالاته ضمن مجتمعه، ومن أهم هذه الوظائف (زحيلي، 1993: 41-42).

1. يحدد الاتجاه طريق السلوك ويفسره.

2. ينظم الاتجاه العمليات الدافعية والإدراكية والمعرفية عن بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.

3. تنعكس الاتجاهات في سلوك الفرد وفي أقواله وأفعاله وتفاعله مع الآخرين ضمن مجتمعه.

4. تيسر له القدرة على اتخاذ القرارات في المواقف الاجتماعية والنفسية المتنوعة.

5. توضح الاتجاهات العلاقة بين الفرد وبيئته الاجتماعية.

6. يحدد الاتجاه سلوك الأفراد والجماعات بشكل شبه ثابت.

7. يجعل الاتجاه الفرد يفكر ويناقش ويدرك موضوعات ومشكلات ومعتقدات مجتمعه.

8. تعبر الاتجاهات في أحيان معينة عن مسابرة الفرد لما يسود مجتمعه من معايير ومعتقدات.

وهذه الوظائف ليس مستقلاً بعضها عن بعضها الآخر، بل هي متداخلة متناغمة في غالب الأحيان.

مكونات الاتجاه:

إن الاتجاهات نتاج اجتماعي ثقافي (من تنشئة اجتماعية وتفاعل اجتماعي وخبرات سابقة...) فضلاً عن الظروف التي مر بها كل فرد وطبيعة مجتمعه، وللاتجاهات مكونات ثلاثة رئيسة هي:

1. المكون العاطفي (الانفعالي): يعود إلى مشاعر الشخص ورغباته حول قضية اجتماعية ما، أو قيمة معينة، أو موضوع ما، إما في إقباله عليه أو نفوره منه، أي قد تكون الاستجابة سلبية أو إيجابية وهذا يرجع إلى الجانب العاطفي لكل إنسان، وأحياناً يكون هذا الشعور غير منطقي، فالقبول أو الرفض، والحب أو الكره قد يكون دون مسوغ واضح أحياناً.

2. المكون المعرفي: يشير إلى المعلومات والحقائق والمعارف والأحكام والمعتقدات والقيم والآراء التي ترتبط بموضوع الاتجاه، أي مقدار ما يعلمه الفرد عن موضوع الاتجاه، فكلما كانت معرفته بهذا الموضوع أكثر كان اتجاهه واضحاً أكثر، فالطالب الذي يظهر استجابات تقبلية نحو الدراسات الاجتماعية مثلاً قد يملك بعض المعلومات عن طبيعة هذه الدراسات ودورها في الحياة الاجتماعية، وضرورة تطويرها لإنجاز حياة مجتمعية أفضل، وهي أمور تتطلب الفهم والتفكير والمحاكمة والتقييم.

3. المكون السلوكي: يتمثل في استجابة الفرد اتجاه موضوع الاتجاه بطريقة ما، قد تكون سلبية أو إيجابية، وهذا يعود إلى ضوابط التنشئة الاجتماعية التي مر بها هذا الفرد، وتتباين هذه المكونات الثلاثة، من حيث درجة قوتها وشدة شيوعها واستقلاليتها، فقد يكون لدى الفرد معلومات وحقائق كافية عن مسألة ما (المكون المعرفي) لكنه لا يشعر برغبة أو ميل عاطفي تجاهها (المكون الانفعالي) تؤدي به إلى اتخاذ أي عمل حيالها (المكون السلوكي)، وفي الوجه المعاكس ربما يكون هناك تقانٍ عاطفي تجاه موضوع ما (المكون الانفعالي) على الرغم من أنه لا يملك معلومات كافية عن هذا الموضوع (المكون المعرفي) (نشواني، 1983: 472).

يرى الباحث أن الفرد منذ ولادته بمراحل عدة من خلالها يدخل في علاقة تفاعل مع المجتمع الذي يعيش فيه متأثراً بالمعايير والقيم السائدة فيه حيث يكتسب خبرات تعدل من سلوكه وتنمي شخصيته لأداء دوره كفرد فعال في ذلك المجتمع، وهذا ما يسمى بالتنشئة الاجتماعية، التي بواسطتها يتم نقل التراث الاجتماعي والحضاري من الأجيال السابقة إلى الأجيال القادمة، فكما هي وسيلة لاتصال بين الماضي والحاضر والانتقال إلى المستقبل، فهي أيضاً وسيلة لتغيير والتطبع الاجتماعي بما يمكن إدخاله من قيم ومعايير جديدة تتماشى والواقع المعاش والأهداف المستقبلية وتقوم بهذه المهمة مجموعة من المؤسسات الاجتماعية الرسمية منها والغير الرسمية مثل: الأسرة، المدرسة، جماعة الرفاق، المسجد، وسائل الاعلام... الخ.

كذلك يرى الباحث ان التنشئة الاجتماعية تلعب دورا مهما في تكوين الفرد وإعداده لحياة اجتماعية وتشكيل شخصيته وفق القيم والمعايير السائدة في بيئته، كما تعمل على تحقيق مجتمع متوازن يتمتع بمستوى حضاري واجتماعي و ثقافي يسمح له مسايرة هذا العصر الجديد والذي يسمى عصر المعلومات، خاصة مع سرعة التغير التي مست مختلف الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، بحيث تراجع الدور الأساسي في التنشئة الاجتماعية لبعض المؤسسات التقليدية كالأسرة والمدرسة والمسجد، وظهرت مؤسسات أخرى مثل وسائل الإعلام والاتصال والتي تؤثر بصفة مباشرة على الأطفال والمراهقين والشباب خاصة، حيث تستوجب التكيف معها لتحقيق الانسجام والتعاون بين كل أفراد المجتمع.

التنشئة الاجتماعية:

وتعتبر التنشئة الاجتماعية الاساس في تكوين الاتجاه لذلك سوف نتطرق للاتجاهات النظرية في دراسة عملية التنشئة الاجتماعية: تعددت النظريات والآراء التي درست عملية التنشئة الاجتماعية كل حسب تخصصه فمن العلماء من قام بدراستها من خلال علم النفس ومنهم من اعتمد على علم الاجتماع ومنهم من طبق عليها علم الأنتروبولوجيا.

أ. مدرسة التحليل النفسي: يرى سيجموند فرويد ان (1856 - 1939 Freud) للتنشئة الاجتماعية تبدأ من الأنا الأعلى الذي يتطور عند الطفل بنقصه دور أحد والديه من أجل التخلص من عقدة (أديب) عند الذكور و(الكتر) عند الإناث. حيث يتألف عنده الجهاز النفسي للفرد من الأنا الأعلى المتمثل في الجانب الاجتماعي والثقافي وهو المتمثل في الحالة الفطرية من غرائز جنسية وعاطفية عدوانية والأنا الذي يعمل في التوازن بينهما، وعن طريق الاحتكاك والتقمص والذي يعرفه بالعملية النفسية التي يتمثل من خلالها الفرد مظهرا من مظاهر الآخر أو خاصة من خواصه أو صفة منه، يحدث التفاعل بين الاجتماعي والفطري وعند حضور الأنا تتم عملية التنشئة الاجتماعية والتي تمر عبر مراحل نمو الطفل من الولادة حيث

يكتسب الطفل القيم والمعايير من طرف والديه عن الثواب والعقاب والتقليد بما يتناسب مع المجتمع والعقل إلى مرحلة ما بعد البلوغ.

ب. نظرية التعلم الاجتماعي: في رأي هذه النظرية الفرد يقوم بالتعلم عن طريق الملاحظة و الاقتداء بالآخرين وبخبراتهم خاصة في مرحلة الطفولة أين يكون التعلم فعالا في البيت مع الوالدين والإخوة وفي المدرسة مع المدرسين وفي الشارع مع جماعة الرفاق... الخ حيث يرى أصحاب هذه النظرية أن السلوك المتبوع بالثواب يصبح قابل لتكرار عكسه السلوك المتبوع بالعقاب يقوم الفرد بالتوقف عنه، لان الفرد يتعلم بالمحاولات التي تؤدي إلى النجاح أو الفشل. وتتقسم هذه النظرية إلى فريقين الأول يتمثل في السلوكيين من رواده لثونديك وسكينر وبافلوف المعروف بنظرية المنعس الشرطي والفريق الثاني يتمثل في النظريات المجالية منهم تولمان ونظريته المعرفية، والفرق بينهما هو أن النظرية الأولى ترى أن السلوك وحدة معقدة يمكن تحليلها إلى وحدات صغيرة تتمثل في المثيرات والاستجابات والعلاقة بينهما محددة، في حين أن الثانية ترى أن السلوك وحدة كنائية وظيفية غير قابلة للتفكك وهي تخضع لقواعد المجال (الكل يسبق الجزء). (خواجه، 2005: 74).

ت. نظرية التبادل الاجتماعي: توضح هذه النظرية أن الطفل أول ما يولد يكون معتمدا على والديه اعتمادا كلياً، بعدها ينمو شيئاً فشيئاً ويمتلك بعض الإمكانيات حيث يستعملها لضغط على والديه لاستجابتهم لبعض احتياجاته، وتسمى هذه المرحلة بالتبادلية. ومن رواد هذه النظرية ستيفن رينشارد الذي يقول أن قوة الوالدين على الأبناء تكون في السنوات الأولى أو ما يسمى بمرحلة الاعتماد التام، ومن مفاهيم هذه النظرية المكافأة عند التزام الأبناء بقيم الآباء والخسارة عند رفضهم لهذه القيم والجزاء على سلوك الأبناء بالسلب أو الإيجاب.

ث. نظرية التفاعلية الرمزية: تؤكد هذه النظرية على أن التنشئة الاجتماعية عملية أكثر ديناميكية تسمح للناس لان يطوروا قدراتهم على التفكير بطرق متنوعة، حيث الناس يتعلمون الرموز والمعاني من خلال التفاعل الاجتماعي ومنهم من

يستجيب لتلك المعاني والرموز بطريقة فكرية ومن خلالها أيضا يمكن فهم الماضي والمستقبل وبذلك أيضا يمكن فهم تصورات الآخرين ووجهة نظرهم وهذا ما يفهم في التفاعلية الرمزية بأخذ دور الآخر. يقول جورج هيربرت ميد 1931 - G.H.Mead 1863 أن الطفل من خلال اللعب يتعلم أدوار بسيطة لوحده ثم مع غيره مثل تقليد دور الأم أو المعلمة بالنسبة للإناث ودور الأب أو الطبيب بالنسبة للذكور من هذا التمثيل الرمزي يدخل في أدوار والتي تسمى عنده بدلالات الأخر. يبين تيرنر أن المجتمع تسوده أنماط مختلفة من التفاعل والذي يتحقق من خلال المؤسسات التنشئة الاجتماعية مثل الأسرة والمدرسة وجماعة الرفاق... الخ حيث يعمل الوالدين على التفريق بين الذكور والإناث من خلال شكل الملابس وطريقة اللعب وحتى الحديث كما أن الذكر يكون قريب أكثر للأب عكس البنت حيث تكون أقرب إلى الأم من خلال العمل وصفات أخرى نجدها عند الأب والأم.

ج. نظرية الدور الاجتماعي: تعمل عملية التنشئة الاجتماعية على إكساب الفرد أدوار اجتماعية مثل ادوار الحياة طفل ثم شاب ثم شيخ، ادوار عمرية مثل سن العمل سن الزواج سن الدراسة، أدوار مكتسبة مثل الأبوة، المهنة، وأخرى مفروضة مثل الانتماء إلى أسرة معينة وطبقة معينة والدور نمط السلوك الذي يتوقعه الآخرون من شخص يحتل مركزا اجتماعيا معيناً خلال تفاعله مع أشخاص يشغلون أوضاعا اجتماعية أخرى(خواجه،2005: 74) وهناك أدوارا محددة لكل من الرجل والمرأة وهذا التخصص يساعد في تماسك الأسرة والمجتمع ككل، ومع نمو شخصية الفرد يستعمل استراتيجيات وتقنيات ليكيف سلوكه مع متطلبات ما هو سائد من قيم وتقاليد من اجل المحافظة على النمط أو النظام.

ح. الاتجاه البنائي والوظيفي: يعتبر هذا الاتجاه أن التنشئة الاجتماعية عبارة عن تفاعل الأنساق الثلاثة الأساسية الموجودة في المجتمع، النسق الاجتماعي الذي يحتوي مجموعة العوامل الاجتماعية المترابطة وظيفيا والنسق الثقافي الذي يضم الأفكار والتصورات ونسق الشخصية الذي يضم الدوافع والميول والاستعدادات،

حيث تساعد في استمرار وتوازن البناء الاجتماعي. فبارسونز ركز على عملية التنشئة الاجتماعية في مرحلة الطفولة حيث يقوم كل من الوالدين والمدرسون والإخوة وجماعة الرفاق... الخ على تعليم الطفل ثقافة مجتمعه التي تحتوي قيم وعادات وأفكار وأنماط يتوارثها جيل من جيل، هذا ما يساعد على التكيف النفسي والاجتماعي وبالتالي المحافظة على البناء الاجتماعي وتوازنه.

خ. نظرية دوركايم: التنشئة الاجتماعية هي عملية ينتقل فيها الفرد من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي وفقا للمعايير والقيم والأدوار والعلاقات السائدة في مجتمعه، فبالنسبة إليه هذه العملية منهجية تعمل على تكوين الضمير الجمعي وهو العمل الذي تمارسه كل المؤسسات الاجتماعية من أسرة ومدرسة و... الخ على الأطفال من أجل الاندماج و تجانسهم وإعادة إنتاج شروط الحياة الاجتماعية على أساس تعلم مجموعة من القواعد والقيم. ويستعمل دوركايم مصطلح التماسك الاجتماعي في تفسير أسلوب تماسك أفراد الجماعات الذي كون إما بدافع الإغراء أي إغراء الجماعة الصغيرة لأعضائها أو بدافع المصالح والأهداف أي المصالح التي يحققها أعضاء الجماعة خلال انتسابهم لها (الأخرس، 1998: 44)، وبالتالي يتم تكوين الفرد لا على حسب ما يريده الأفراد أنفسهم وإنما حسب ما تريده طبيعة المجتمع.

د. نظرية التطبع (Habitus) لبيار بورديو (Pierre Bourdieu): يقول بورديو أن الصراع الطبقي هو هيمنة طبقة على أخرى إلى درجة تقبل كل طبقة موقعها في المجتمع وهذا بالعمل على إعادة إنتاج الرأسمال الثقافي وتسمى هذه العملية بالتطبع أو ما سماه (Habitus) فالعامل التقليدي يعمل على تنشئة ابنه على نفس. المهنة أما بالنسبة مثلا للفلاح يمكن أن يصبح ابنه بورجوازي صغير أي هناك من يعمل على إنتاج نفس الوضعية الاجتماعية وهناك من يطمح في تغير وضعيته وهذا ما يسمى بالتسلق الاجتماعي وتتميز كل طبقة عن الأخرى بالثروات المستهلكة والممارسات الثقافية والاجتماعية... الخ وهذا من خلال الذوق سواء في مجال الفن

مثل المسرح والسينما أو من خلال عادات الاستهلاك كاللباس و مواد التجميل... الخ. فالتنشئة الاجتماعية حسب بورديو تضمن اندماج "البيتوسات" الطبقة وتنتج الانتماء الطبقي للأفراد كل هذا بإعادة إنتاج الطبقة باعتبارها مجموعة تتقاسم نفس "البيتوسات" (خواجة، 2005: 107). وهو ما يفسر الصراع بناءً على توزيع الأدوار بين الرجل والمرأة حيث هناك سيطرة للرجل على معظم الوظائف بينما تقتصر المرأة على وظيفة تربية الأولاد والعمل داخل البيت ويوضح أنصار هذه النظرية أن هذا يأتي بفضل عملية التنشئة الاجتماعية حيث تربية الطفل والزامه على انتهاج أنماط محددة من السلوك والشعور والأداء يولد له العادة والعفوية في تصرفاته وبالتالي لا يشع بضغط المجتمع.

بعد أن انتهينا من التطرق لمكونات الاتجاه والتنشئة الاجتماعية بوصفها الأساس في تكوين الاتجاه سوف نتطرق للحديث عن الموضة.

الموضة هي كلمة انكليزية (fashion) فالموضة هي مظهر يعبر من خلاله الشخص عن فكرة أو للظهور بمظهر جيد أو للبروز بين الناس وهي تعتبر فن واسع من الألبسة من جميع أنواع الأقمشة وهي تجمع ما بين ثقافات العالم من المشرق الى المغرب وهي تعبر عن الانسان وطريقة عيش البشر وطريقة لباسهم. وان تاريخ الموضة يرجع الى ازمنه قديمة بعيدة تمتد لقرون عابرة امتدت لحضارات عديدة كحضارة الاشورية والفرعونية

أ- خصائص الموضة:

1. إن أكثر ما يميز الموضة هو التغير والتجديد وعدم الاستقرار والثبات.
2. سرعة انتشارها بين جميع فئات المجتمع خاصة لدى الفئات التي تتمتع بالنفوذ الاجتماعي والاقتصادي.
3. ارتباطها بالمظاهر والكماليات مما يجعلها ملفتة أكثر للانتباه والإعجاب، وتتمتع بها الطبقات العليا من المجتمع.

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

ب- أسباب انتشار الموضة:

1. التطور الصناعي: لعب التطور العلمي والصناعي دوراً كبيراً في زيادة انتشار ظاهرة الموضة بين أغلب فئات المجتمع سواء من جانب إنتاج أجهزة متطورة تعمل على الدعاية والإعلام أو من خلال إدخال تقنيات جديدة متطورة في الصناعة والنسيج مما أدى إلى زيادة الإنتاج وتوفير السلع في الأسواق وبأسعار متنافسة حيث أصبحت معظم فئات المجتمع تستطيع اقتناء ما يتناسب مع إمكانياتها المادية والموضة بعدما كانت مقتصرة على فئات اجتماعية تتوفر على النفوذ الاقتصادي والاجتماعي.

2. الانفتاح الاقتصادي: بعد تضخم الإنتاج أصبح هناك تنظيم دولي لتسويقه أشرفت عليه الدول الصناعية الكبرى كان لزاماً على الدول السائرة في طريق النمو الدخول في هذه المنظمة العالمية وهو ما أدى إلى انفتاحها على السوق العالمية وهو ما حصل مع الجزائر في بداية التسعينات حيث أصبحت اليوم أسواقها غنية ومتنوعة بالمنتجات العالمية التي تصل من أوروبا وآسيا وهو ما غير من عادات الاستهلاك لدى أفرادها خاصة مع الإشهار والإعلان بالمنتجات عبر وسائل الإعلام.

3. وسائل الإعلام: ساهمت وسائل الإعلام في انتشار الموضة بشكل كبير وبالدرجة الأولى، السمعية منها والمرئية كالتلفزيون والأفلام السينمائية والمكتوبة مثل الصحف والمجالات وذلك عن طريق الإعلانات والدعايات المباشرة منها لتسويق المنتج أو الغير مباشرة أي ما يبث عبر الحمص والأفلام... الخ حيث تؤثر على حرية الفرد من خلال خلق الحاجات وعادات الاستهلاك وتوحيد أذواقهم.

4. النفوذ الاجتماعي: كما أن للأشخاص الذين يتمتعون بمكانة اجتماعية متميزة في المجتمع دور في نشر الموضة مثل الفنانين وكبار السياسة ونجوم

الرياضة لما لهم من شهرة وطلب اجتماعي وتأثير خاصة على فئة الشباب ولذلك تستعين بهم شركات الإنتاج للإعلان على منتجاتها عبر وسائل الإعلام سواء بالصور أو باتخاذ أسماءهم على المنتج... الخ، هذا إضافة إلى أصحاب الطبقات العليا التي تتوفر على الإمكانيات المادية لإتباع آخر صيحات الموضة والتي تكون في الأول عادة ذات أثمان باهظة لتتقص بعدها بالتدريج وتتبناها الطبقات الدنيا من المجتمع.

5. الإمكانيات المادية: تتطلب الموضة إمكانيات مالية معتبرة لأنها في تغير دائم والموضة لا تعني الشراء حسب الحاجة بل الشراء حسب ما هو جديد في السوق وما هو منتشر ومسائر للموضة وعليه فالتطور الصناعي والتكنولوجي ساهم في تحسن مستويات العيش لدى الأفراد وتزايد دخلها مما أدى إلى خلق حاجات وعادات للاستهلاك باسم الموضة أو متطلبات العصر وهذا ما جعل معظم الأشخاص يمارسون أعمال إضافية من أجل تلبية وإشباع أذواقهم.

6. انتشار دور ومحلات العرض: هذا سواء من خلال عرض للأزياء المنظمة لأشهر المصممين والخياطين أو من خلال واجهات المحلات المتخصصة التي تلفت انتباه المارة والمتجولين لطريقة عرض المنتجات والسلع بدمى تخلق دوافع وحاجات وأذواق للشراء حسب النماذج المعروضة والتي يسعى المستهلك إلى تجسيدها في الواقع، وعليه فإن الطرق والشوارع تعتبر كمسرح لتفاعل الاجتماعي وتبادل الرموز والمعاني من خلال سلوكيات وتصرفات الأفراد كما تعتبر نقطة التقاء كل الثقافات والفئات الاجتماعية وبهذا فإن المجال طريق يسمح أيضا « تجاوز الحواجز الأخرى المعتادة إنها من عادات الطبقات لإنتاج تفاعلات ذات اتصال اجتماعي (Jacques Guillou ، 1997 : 280).

العمليات الاجتماعية للموضة:

1. الموضة كتعبير على المساواة بين جميع أفراد المجتمع: تعمل الموضة على الانتماء الاجتماعي والمساواة من خلال الزي أو اللباس الموحد الذي يحمل

نفس الرموز سواء من حيث الشكل والألوان أو القماش أو العلامة التجارية...الخ
علما أن الموضة اليوم عملت على تلاشي أو تراجع الحدود والتمييزات الطبقيّة
والاجتماعية والجغرافية حيث أصبحت موضة مفتوحة لكل الفئات والطبقات في كل
المجتمعات هذا لا يعني غياب إشكالية الطبقات في هذا الموضوع كليا، بل تقلصت
الفوارق وأصبح العديد من الشباب يرتدي ويقلد الزي الذي يظهر به أصحاب
الطبقات العليا بما فيهم الفنانين ونجوم السينما...الخ عبر السينما والتلفزيون هذا
بغض النظر عن أصلهم الطبقي والاجتماعي.

2. **الموضة كطريقة لتمييز عن الآخرين:** الموضة هي طريقة لتعبير على
الفردانية والتميز، كشخص له حرية واستقلالية في اختيار أذواقه، وتهتم بها أكثر
الطبقات العليا من المجتمع منها البورجوازية حتى تتميز عن الطبقات الأخرى وكلما
انتشرت تلك الموضة إلى باقي الطبقات الصغرى أنتجت موضة جديدة مكانها، لما
لها من إمكانيات اقتصادية ومالية، ولهذا نجد الموضة دائما في حركة وإبداع
مستمرين، هذا الضغط الاجتماعي الذي تمارسه الموضة على أفراد المجتمع يمكن
أن يؤدي إلى التهميش الاجتماعي لان اللباس لا يعمل فقط على حماية جسم
الإنسان بل له وظيفة جمالية رمزية، ونجد المرأة أكثر اهتماما بالموضة وذلك لتعبير
عن تواجدها وإبراز دورها في المجتمع خاصة أمام الرجل الذي يكاد يهيمن على
أغلب الميادين، حيث القدرة الشرائية والحرية الفردية لها الأولوية لتعبير وتغيير
التقاليد السابقة التي كانت تعترف بلباس موحد ومعين، حيث أصبح الفرد يتبع
الموضة لا لكي يتميز عن الطبقات الاجتماعية الأخرى فحسب بل ولأنه يتبع ما هو
جديد ويعجبه ما هو عصري، والجديد أصبح محرك عملية الموضة كل ما هو جديد
جميل الجديد يلفت انتباه الرجل العصري لا لشيء إلا لأنه جديد (Michel De
Coster، 195 : 1996).

3. عملية الموضة لا تتحرك حسب منطق الطبقات أو فئة الجنس هي أيضا فرصة للشباب لإيجاد مجال أكثر حيوية خاصة مع الملابس الجاهزة التي أعطت دفع للموضة.

4. **الموضة كتحديد للهوية:** إذا كان اللباس التقليدي يمثل هوية شعب أو الهوية الجماعية لمجتمع معين فإن الموضة اللباسية وهي شكل من أشكال اللباس تعبر عن الهوية الشخصية للفرد والفئة الاجتماعية والطبقية التي ينتمي إليها، فمن المعروف أن الموضة تستهوي أكثر فئة الشباب لان هذا الأخير يمثل جماعة اجتماعية لها ثقافتها الفرعية، كما أنها كثيرة الانتشار لدى فئات الطبقات العليا من المجتمع ممن لهم النفوذ الاجتماعي والثقافي والاقتصادي ولدى الفئات الحضرية خاصة ولهذا فإن المتعلق بها يريد التعبير من جهة عن انتماءه إلى هذه الفئات وعن تميزه عن الفئات الاجتماعية الأخرى.

5. **الموضة كإنتماء إلى فئة الشباب:** أصبحنا اليوم لا نكاد نذكر الموضة دون أن ذكر فئة الشباب لأنها أكثر الفئات الاجتماعية تأثرا بها لما تتميز به هذه الفئة من الحركة والاندفاع وحب التغيير والتجديد والتي تتناسب مع صفات الموضة التي لا تعرف الاستقرار والثبات، كما أن الشباب في هذه السن هم في حاجة إلى القبول الاجتماعي وإثبات الذات وهي كوسيلة لتعبير عن تميزهم عن باقي الفئات الاجتماعية الأخرى.

6. **الموضة كتعبير على المركز الاجتماعي والاقتصادي:** الموضة تميز فرد عن آخر وفئة أو طبقة اجتماعية عن أخرى وإن حسن المظهر وإتباع الموضة لا دليل على المكانة الاجتماعية والاقتصادية التي يتميز بهما الفرد لان الموضة تتطلب إنفاق مالي إضافي عن ما هو من الاحتياجات الضرورية للإنسان، وان المهتم بها يريد التعبير عن الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها وأيضا المستوى المعيشي الذي يتمتع به وعليه فالفئات ذات المراكز الاجتماعية والثقافية العليا في

المجتمع هي أكثر حاجة لها مقارنة بعامة الناس خاصة منهم الفنانين والسينمائيين والإطارات العليا... الخ الذين يبحثون عن الشهرة والقبول الاجتماعي.

7. **الموضة تمثل التفتح على ثقافة أخرى:** مع عالمية الأسواق والإعلام انفتحت المجتمعات والثقافات على بعضها البعض وأصبح هناك تبادل تجاري وأصبحت أيضا هناك خصوصية في الإنتاج تعكس ثقافة كل مجتمع وبالتالي أصبحت معظم الفئات الاجتماعية تستهويها السلع الأكثر شهرة وعالمية وعليه تشابهت الأذواق ونماذج الاستهلاك وتوحدت الرموز والمعاني التي تحملها السلع ومن خلال الثنائية الثقافية أصبح هناك سهولة في الانتماء وتقبل ثقافة الأخر وبالتالي الاندماج معه. ونجد الفئات الأكثر تأثرا بهذا النوع من الاستهلاك الشباب.

8. **الموضة كسبيل الى الحرية:** إن الموضة في غالب الأحيان هي عبارة على التعبير عن رفض العادات التقليدية لما لها من إلزامية على إتباعها خاصة وإذا كانت غير عملية بمعنى تعيق الفرد في عمله وتحركاته... الخ ولهذا استحدثت عادات من اللباس تتماشى وطبيعة كل شخص إضافة إلى أنها تمدد الحرية في التغيير والتجديد وفي الاختيار حسب أذواقه وبهذا يعبر عن فردانيته ويصبح متميزا عن باقي الأفراد ويتفادى التقليد والتشبه بالآخرين.

9. **الموضة كتعبير على الجديد:** من أهم العوامل التي تؤدي إلى استمرارية الموضة التغيير والتجديد وهي ميزة من مميزات التي تجعلها تستقطب أكثر الأفراد حيث من طبيعتهم الانجذاب نحو الجديد، والاهتمام بها يعني مسايرة العصر والتماشي مع الجديد.

المجتمع الاستهلاكي والموضة:

إن ما يميز المجتمع الحديث هو التطور العلمي والصناعي مما أدى إلى كثرة الإنتاج والرفاهية الاقتصادية وبالتالي البحث عن تسويقها بكل الطرق والوسائل منها فتح الأسواق واستعمال الدعاية والإعلام مما أدى إلى خلق الحاجيات والأذواق لدى الأفراد وهو ما خلق لديهم عادات الاستهلاك وجعلهم يتسابقون عليه فالاستهلاك لا

يتزايد لإشباع حاجات قائمة بقدر ما تخلق حاجات جديدة للتمكن من زيادة الاستهلاك وقد كان لهذه الظاهرة أثارا بعيدة على الاقتصاد كما أنها لها نتائج خطيرة على السلوك الاجتماعي بدأت تظهر في الفترة الأخيرة (البيلاوي، 1938: 64).

والموضة للملابس هي أحد المواد الأكثر استهلاكاً فتعددت دوافع شراءها باختلاف القيم والمعايير المنتجة من طرف المجتمع الإنتاج يخلق الأهداف التي تخلق الأذواق، بدوره كون الشيء مرغوباً يتحول إلى ذوق جديد وحاجة تحت تأثير الآلة الاجتماعية (Mohamed, 1980: 79)

فهناك من يشتري لغرض ضروري والحاجة ومنهم من يشتري بدافع إشباع الأذواق وهناك من يشتري لأغراض ذاتية نفسية وهناك من يشتري لأغراض اجتماعية، وتتباين الدوافع وتتشابه ونذكر منها: تحقيق الذات وتقديرها وإشباع الأذواق والتميز أحياناً والتشبه وتقليد الآخرين أحياناً أخرى ومن خلال هذا لفت انتباههم وإعجابهم والاندماج معهم فالحاجات التي تشبع الآن لم تعد قاصرة على الحاجات البيولوجية الأولية إنما هي حاجات نفسية واجتماعية وثقافية تخلقها البيئة التي يعيش فيها (البيلاوي، 1938: 76-78)

ذا من جهة الفرد ومن جهة المنتج أو البائع تتوقف دوافع الشراء على الخدمة المقدمة وجودة السلعة وقوة التأثير من خلال الإعلان والإشهار بها ومدى تماشيها وطبيعة الفرد السيكولوجية والبيئية والاجتماعية فمن المعروف أن الفرد يحب ما هو جديد ويتابع آخر صيحة للموضة.

والسلعة لا تموت بانقضاء تاريخ الاستهلاك بل بانقضاء شعبيتها، ومن خصائص هو اتجاه الاستهلاك إلى الطبقات الوسطى بعدما كان مقتصراً «المجتمع الحديث على الطبقات العليا من المجتمع وتختلف درجة التأثير باختلاف الدخل هنا كان تفهمنا لواقعنا تفهما يركز على الوهم والعاطفة لا على العقل والحقيقة العلمية وكانت كل محاولة لإزالة الوهم وإصلاح الخطأ تقاوم بشدة لارتباطها من جهة

بحاجات نفسية متأصلة ومن جهة بمصالح اجتماعية وسياسية قائمة (شرابي، ب.ت: 67)

وأصبح الاستهلاك كقيمة اجتماعية يفسر سلوك الفرد في المجتمع الحديث حيث يقاس المركز الاجتماعي للفرد بمدى استهلاكه للخدمات والسلع وما يلاحظ أيضا هو اختلاف الإمكانيات المادية التي تختلف من فرد لآخر ومن فئة لأخرى في نفس الطبقة ونفس البلد، هناك أيضا اختلاف المستويات الثقافية التي تقاوم أمام جمالية اللغة.

الموضة والافتداء بالغرب:

الكل يعلم أن الدول الغربية هي الدول الأكثر تطورا صناعيا واقتصاديا بالتالي هيمنت على أسواق الدول الأخرى بإنتاجها، إلى جانب هذا هناك الهيمنة الثقافية، فهي لا تصدر فقط الإنتاج أو السلع بل حتى نماذج الاستهلاك، من خلال انفتاح الإعلام والأسواق وخلق حاجات وأذواق لدى المستهلك فنحن نستهلك على الطريقة الغربية للتعبير على رغبتنا في الاختلاف، بالنسبة لنفس الطبقة الاجتماعية والمجتمع الذي ننتمي إليه (88: 1980، Mohamed)

وهذا سواء تحت تأثير التقليد والانبهار والإعجاب بحضارة وثقافة الغرب أو تحت تأثير الضعف والاستسلام أمام هيمنة وقوة الغرب، وهو ما كتبه ابن خلدون في المقدمة حيث قال في أن المغلوب دائما مولع أبدا بالافتداء بالغالب في شعاره وزيه ونحلته وسائر أحواله وعوائده (ابن خلدون، 2000: 114) فلما أصبح الجنس الذكري في الغرب يهتم بمظهره حيث أن الرجال الآن في أوروبا يحاولون امتلاك بعض مظاهر الفتنة والجاذبية (الحداد، 1995 : 131)

وبما أن الموضة بالنسبة لهم قضية أساسية في حياتهم وجزءا من قيمهم الحضارية لما تعنيه من أناقة وتزيد من فرص الحرية والاختيار والذوق والتميز، فأصبحت المجتمعات المتأثرة بالثقافة الغربية تمتثل لهذه السلوكيات والتصورات، خاصة بالنسبة لشباب منهم الطلبة الجامعيين لما يتصفون به من حب التميز

والظهور أمام الآخرين والإطارات العليا من المجتمع لما تمتلكه من نفوذ اجتماعي واقتصادي وثقافي.

وهذا من خلال ما تقدمه مصانع النسيج ومواد التجميل وما تقدمه أيضا وسائل الإعلام عبر التلفزيون والإشهار بمنتجات مناسبة لرجال باسم الموضة فالملابس هي من أكثر الأشياء التي تتبدل في دول الغرب بتأثير الموضة وبالرغم من ذلك ينبغي التنبيه إلى أن الموضة والتقليعات الجديدة ليس لها إلا قيمة نسبية في المجتمع الأوروبي بالرغم من أنها مقياس لما كان عليه الذوق في الماضي وما هو عليه الآن وما سيكون عليه في المستقبل القريب (الحداد، 1995: 37) فالأزمة التي تواجه العالم المتخلف اليوم تتمثل في الاصطدام الهائل الذي وقع - وما زالت عجلته تدور - بين الثقافة الأصلية والقيم النبيلة التي كانت سائدة وبين ثقافة جديدة وافدة لم تتمكن مجتمعات العالم المتخلف من تقييمها ووزنها والحكم عليها بل أخذت بها على علاتها وكان أن نتج عن هذا الاضطراب الشديد الذي نشهد آثاره في حياتنا يوما تلو الآخر وهذه الحيرة الأليمة التي شلت الملايين من الشباب حيث دفعتهم إلى الركض خلف السراب حينما والى اليأس والعجز أحيانا أخرى (قنوص، 1994 : 212).

القيم والمعايير الاجتماعية والموضة:

تعددت القيم والمعايير الاجتماعية للباس واختلفت من ثقافة لأخرى ومن مجتمع لأخر فالقيم هي اهتمام أو اختيار وتفضيل أو الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك (ذياب، 1980: 17).

فتطورت القيمة المعطاة للباس وأنتجت حسب الظروف البيئية والتاريخية والاجتماعية والثقافية وحسب الإمكانيات المادية والاقتصادية للمجتمع فأول ما ظهر اللباس كان له دور حماية الجسم من حر الصيف وبرد الشتاء وهو ما نسميه القيمة الوقائية، وسترة أعضائه من أعين الناس بمعنى القيمة الأخلاقية، وبعدها مع تحسن

الظروف المعيشية للإنسان أصبح للباس دور كزينة ويعمل على إكساب الجسم جمالية وهو ما نعينه بالقيمة الجمالية. ثم أتت الموضة لتعبر عن القيمة الاجتماعية للفرد من خلال اللباس وبهذا أصبح للباس قيمة اجتماعية والقيمة تعتبر قيمة إذا اعتبرها الفرد مركزا لاهتمامه ويشعر بقيمتها فالأشياء في ذاتها ليست خيرة كما إنها ليست شريرة ولكن اهتمام الإنسان بها هو الذي يرفع قيمتها أو يخففها (الرشدان، 1999:98).

فإلى جانب دور اللباس في حماية الجسم وسترته وتزينه، أصبح يعبر عن المركز الاقتصادي والمستوى المعيشي للفرد وانتماءه الاجتماعي. وأصبح أيضا تقاس من خلاله مكانة الفرد الاجتماعية بمدى إتباعه للموضة وأشكالها فلم تعد الحاجات ترمي إلى أغراض بقدر ما ترمي إلى قيم، ولإشباعها في المقام الأول معنى من معاني الانتساب إلى هذه القيم (بودريار، 1990: 78).

وبذلك تغيرت العلاقة بين المستهلك والغرض فهو لم يعد يرجع إلى أي غرض من حيث منفعته الخاصة، بل يرجع إلى مجموعة أغراض في دلالتها الكلية وبهذا أصبحت الموضة كمعيار اجتماعي يقاس بها المكانة الاجتماعية للفرد. والمعيار هو تكوين فرضي معناه ميزان أو مقياس أو قاعدة أو إطار مرجعي للخبرة والإدراك الاجتماعي والاتجاهات الاجتماعية والسلوك الاجتماعي وهو السلوك الاجتماعي النموذجي أو المثالي الذي يتكرر بقبول اجتماعي دون رفض أو اعتراض أو نقد وهو تعميم معياري فيما يختص بالأنماط السلوكية المتوقعة في أي موضوع يتعلق بالجماعة أو أفرادها أو يههما... وتشمل التعاليم الدينية والمعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية والأحكام القانونية واللوائح والعرف والعادات والتقاليد وحتى الأزياء... الخ (الرشدان، 1999: 93-94).

وهي أيضا بمثابة مرشد تحدد سلوك الأفراد وهي تختلف باختلاف الثقافات والمجتمعات. (الهاشمي، 1984: 42) فمن خلال عملية التنشئة الاجتماعية يتم نقل القيم والمعايير من جيل إلى جيل ومن مجتمع إلى مجتمع آخر حيث من خلال

الاحتكاك والتفاعل بين الثقافات والمجتمعات يتم إدخال قيم ومعايير جديدة تعبر عن الواقع الاجتماعي والتاريخي والاقتصادي والثقافي الذي يعيش فيه الفرد، مما يخلق الشعور بالهوية والانتماء لدى الفرد الذي يمثل لهذه القيم والمعايير و التي بواسطتها يستطيع الاندماج والتفاعل مع باقي أفراد مجتمعه، حيث الفرد والحال.

هذه لا يستطيع الاعتماد على رأيه أو النظر إلى الأمور باستقلال فكري بعيدا عن آراء الآخرين انه سجين الأفكار والآراء التي تأتيه من خارج وهو لا يثق برأيه أو ينظره بل يتقبل رأي غيره خصوصا رأي من يعتبرهم أعلى منه منزلة أو معرفة أو نفوذا بذلك يبتعد الفرد عن حقيقته أو يصبح مسيرا للقوى والمصالح المهيمنة في المجتمع حوله (شرابي، ب.ت: 67)

دراسات سابقة

1. دراسة حاتم الكعبي: التغيير الاجتماعي وحركات المودة

هدفت الدراسة الى معرفة أثر التغيير الاجتماعي بحركات المودة وتكونت عينة البحث من (375) طالبا وطالبة في الجامعة وقام الباحث ببناء مقياس التغيير الاجتماعي ودراسة ميدانية عن المودة وتوصلت الدراسة إلى ما يأتي:

- نسبة الطالبات المتأثرين بالتغيرات الاجتماعية أعلى من نسبة الطلاب
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين التغيير الاجتماعي وحركة المودة لصالح التغيير الاجتماعي.

2. دراسة رشيد: ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي

هدفت الدراسة الكشف عن الاهتمام الطلبة الجامعين ذكور باللباس والدوافع الذاتية والاجتماعية للطالب في وسط من المتغيرات الحضارية والثقافية والاقتصادية وكشف حقيقة اللباس وتوضيح الأبعاد والدلالات النفسية والجمالية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي يرمي إليها من خلال القيم والمعايير الاجتماعية التي تم إنتاجها والرموز والمعاني التي يحملها ويرمي إليها باعتباره مجال حيوي مهم في حياة الأفراد لا يمكن الاستغناء عنه والوقوف على الحياة الاجتماعية الواقعية لشباب

الجزائري منهم الطلبة الجامعيين وقد أجريت الدراسة على (133) طالب جامعي من الذكور بنسبة 10% من العدد الكلي للطلبة (88) طالب في السنة الأولى و (45) من السنة الرابعة وتضمن ادوات الدراسة مقياس الاهتمام باللباس لدى طلبة الجامعة وظهرت نتائج الدراسة.

- يعتبر اللباس حالة اجتماعية ونفسية.

- ظاهرة الاهتمام باللبس تسمح لنا بتكوين هويتنا الفردية (رشيد، 2007).

3. دراسة ولد موسى حسينة:

هدفت الدراسة الى معرفة ظاهرة الموضة (دراسة حالة اللباس -النسوي). تم البحث على 105 طالبة تم اختيارهن عن طريق الاختيار العشوائي فكان التوزيع 30 طالبة من كل معهد (معهد علم الاجتماع، علم النفس، لغات أجنبية) ولكل معهد هناك 15 طالبة مرتدية الحجاب الأوروبي 15 طالبة مرتدية اللباس الأوروبي ضف إلى هذا 15 طالبة من معهد الشريعة يرتدين الجلباب. درست الظاهرة من زاوية التنشئة الاجتماعية حيث تم البحث حول الميكانزمات المتحكمة في إتباع هذه الظاهرة (الموضة) والسلوكات المصاحبة لها وما علاقة هذه السلوكات بالتغير الاجتماعي في مجتمعنا الجزائري واعتمدت الباحثة على نظريات علم النفس الاجتماعي الذي يأخذ السلوك الجمعي محورا لدراسة ومنها نظرية التنشئة الاجتماعية ضف إلى هذا نظرية ابن خلدون التي تركز على التقليد ونظرية تارد على المحاكاة ودعمت بالنظريات الاقتصادية والثقافية. وتم استعمال تقنية الاستمارة كما تمت استعمال تقنية المقارنة بين الآراء المختلفة وانطلقت الباحثة من الفرضية التالية: أن تهميش الجزائريين لثقافتهم الأصلية وعدم اكتراثهم بالمفهوم الحقيقي للعصرنة الذي يقتضي الربط بين الأصالة والمعاصرة ووجود تعايش بين نمطين ثقافيين مختلفين، لأحد العوامل والميكانزمات الأساسية لإتباع ظاهرة الموضة. وبهذا فان ضعف العملية التربوية والثقافية للآباء أدت إلى ظهور وانتشار موضات أخرى، ومما ساعد على هذا هو انتشار وتأثير وسائل الإعلام بمختلف أنواعها منها

بالخصوص البرابول، هذا إضافة إلى تأثير المستوى المعيشي يتحكم في مدى تأثير الأفراد وإتباعهم لظاهرة.

4. دراسة **Roland Barthes** : أسلوب الموضة *Systeme de la Mode* الدراسة بدأت سنة 1957 وانتهت 1963. هي دراسة سيميولوجية الهدف منها هو تحليل بنائي للباس الأنثوي والذي يكتب عنه في جرائد الموضة، معتمدا على علم الرموز، تعتبر دراسة أضافت الجديد لسيميولوجيا خاصة من حيث المنهجية، فكانت طريقة تحليله للموضة تركز على التمييز بين أسلوبين من التحليل: الأول من خلال اللباس الملموس والحقيقي والثاني من خلال صور للباس في الجرائد ومن خلال ما هو مكتوب حول هذا اللباس، والباحث فضل الأسلوب الثاني حيث هذا التحليل لا يعتمد على اللغة لوحدها ولا على اللباس وحده بل ترجمة هذا الأخير عبر كلمات لها معاني ورموز من إنتاج الإنسان وهو ما نسميه الموضة، وظهرت نتائج الدراسة على ان الموضة ما هي إلا ضغوطات لمعاني معينة صورت عبر كلمات تدفع بالمستهلك إلى شراءها ضانا انه اختياره وذوقه الخاص فهو لم يشتري اللباس بل اشترى المعاني من خلال ما قراه أو سمعه من كلمات.

إجراءات البحث

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي حاول من خلاله وصف الظاهرة موضوع البحث (اتجاه طلبة جامعة تكريت نحو الموضة) وتحليل بياناتها وبيان العلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها وهو أحد اشكال التفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا عن طريق جمع البيانات والمعلومات المقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصديقها وتحليلها واخضاعها للدراسات الدقيقة.

ويتضمن الفصل عرضاً لمجتمع البحث وعينته الأساسية والأداة المستخدمة فيه وإجراءات الصدق والثبات والوسائل الاحصائية المستخدمة في معالجة البيانات وكما يأتي:

اولاً: مجتمع البحث:

تم تحديد مجتمع البحث بطلبة جامعة تكريت للعام الدراسي (2015-2016).

ثانياً- عينة البحث الاساسية:

بعد تحديد مجتمع البحث تم تحديد الكلية التي سوف تكون عليها الدراسة وتم اختيار الكلية بطريقة عشوائية ووقع الاختيار على كلية التربية للعلوم الانسانية، حيث تم سحب عينه عشوائية من اقسام الكلية ومن طلبة المرحلة الرابعة فقط.

ثالثاً-أداة البحث:

1. وصف الأداة:

قام الباحث ببناء مقياس الاتجاه نحو الموضة للتعرف على مستوى اتجاه الطلبة نحو الموضة لدى طلبة كلية التربية للعلوم الانسانية بجامعة تكريت. وقد تكونت أداة البحث في صورتها النهائية من (50) فقرة تقابل كل فقرة خمس بدائل (دائماً، احياناً، ابدأ ؟؟؟؟؟؟؟؟؟) وملحق (1) يوضح ذلك.

2. خطوات بناء المقياس:

قام الباحث بالاطلاع على دراسات سابقة تناولت الموضة وواجه صعوبة بإيجاد مقياس يمكن استخدامه على مجتمع البحث المتمثل بطلبة جامعة تكريت لذلك قام الباحث ببناء مقياس لغرض الوصول الى نتائج ممثلة للمجتمع والدراسة.

3. صدق الأداة:

يعد صدق المقياس خطوة هامة واساسية لابد من توافرها ويتوجب التحري عنها قبل تطبيق أو استخدام الأداة (الزوبعي وآخرون، 1981: 319) وأن المقياس الصادق ينجح في قياس ما وضع لأجله (ميخائيل، 2001: 259)، وللتحقق من صدق المقياس إعتد الباحث الصدق الظاهري وهو مدى تمثيل الاختبار للمحتوى المراد قياسه (العساف، 1995: 43). بعرض فقرات المقياس بصيغته الأولية على مجموعة من المحكمين والمختصين في العلوم التربوية والنفسية من ذوي الخبرة والدرية العلمية والبالغ عددهم (10) خبراء، لإبداء آرائهم ومقترحاتهم على فقرات

المقياس وقد عدل الخبراء بعض الفقرات وكانت نسبة الموافقة 80% وبناءً عليه تم قبول أغلب الفقرات وحذف بعض الفقرات وأجراء تعديلات لغوية وتعبيرية على المقياس، وأصبح المقياس بصورة النهائية مكونة من (50) فقرة.

4. عينة استطلاعية:

قام الباحث بتطبيق أداة البحث على عينة استطلاعية مكونة (50) طالبة من كلية التربية للعلوم الانسانية وقد تم اختيارهم بشكل عشوائي للإجابة على اداة البحث للتأكد من أن الأداة يمكن استخدامها على مجتمع البحث.

5. التمييز:

يقصد بالتمييز مدى قدرة الفقرة على التمييز بين الطلاب الأقوياء في السمة التي يقيسها المقياس والطلبة الضعاف في تلك السمة (الزوبعي وآخرون، 1981، ص258).

ويرى فردريك أن الفقرة التي قدرتها التمييز 20% فما فوق تعد جيدة (مادوس وآخرون و 1983، ص104).

ومن أجل ذلك قام الباحث بالخطوات الآتية:

أ- تم اختيار عينة استطلاعية بلغت (50) طالبة بعد جمع اجابات العينة رتببت الاجابات تنازليا من أعلى درجة إلى أدنى درجة.

ب- تم اختيار نسبة 27% من الدرجات العليا التي تمثل المجموعات العليا والتي بلغت 14 طالبة واختيار 27% من درجات المجموعة الدنيا والتي بلغت 14 طالبة أيضا.

ت- استخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ومن خلاله تم التعرف على القوة التمييزية للفقرات لدى المجموعة العليا المجموعة الدنيا لكل فقرة من فقرات المقياس وبهذا أعدت القيمة التائية مؤشرة لتمييز كل فقرة من خلال مقارنتها بالقيمة الجدولية البالغة (2،01) وأظهر النتائج ان جميع الفقرات مميزة عند مستوى دلالة (0،05) ودرجة الحرية (49).

6. ثبات الأداة:

يعد ثبات الأداة شرطاً أساسياً من شروط موضوعية أداة البحث (الروسان، 1999: 33). ويشير الثبات إلى درجة الاستقرار في النتائج في تقدير صفة أو سلوك ما (النبهان، 2004: 229). وقد اعتمد الباحث على طريقة إعادة الاختبار (tetest method, test) (ويقصد به (انه لو أعيد تطبيق الاختبار أو المقياس على الأفراد نفسهم في نفس الظروف فإنه يعطي النتائج نفسها أو نتائج متقاربة).

(ابراهيم، 1989: 130) ويعتبر أسلوب إعادة الاختبار من أهم أساليب حساب الثبات (فرج، 1997: 299) ولإيجاد الثبات قام الباحث بسحب عشوائياً من خارج عينة البحث الأساسية بلغ (20) طالبة من كلية التربية للعلوم الانسانية جامعة تكريت. ثم أعيد التطبيق الثاني من الاختبار بعد مضي (15) يوماً على التطبيق الأول، ويؤكد كل من (الزوبعي وآخرون، 1982: 34) و(الظاهر وآخرون، 2002: 141) إن المدة الزمنية المحددة بأسبوعين تعد مناسبة لإعادة الاختبار واستخدام معامل ارتباط بيرسون لإيجاد درجة الارتباط بين درجات الاختبار الاول ودرجات الاختبار الثاني وبلغت نسبة الارتباط (82%). وبعد التحقق من صدق وثبات الأداة أمكن اعتبارها جاهزة للتطبيق على عينة البحث الأساسية.

7. تطبيق الأداة:

قام الباحث بتطبيق المقياس بصورته النهائية على افراد البحث المتكون من (50) طالبة من كلية التربية للعلوم الانسانية جامعة تكريت وعند توزيع المقياس على الطلبة طلب منهم الاجابة على نفس ورقة المقياس وذلك بالتأشير على البديل الذي يناسبهم، وتحدث الباحث عن هدف البحث وأنه لأغراض البحث العلمي حصراً وتعليمات الإجابة على الفقرات مع حرصهم الإجابة على جميع الفقرات دون ترك، وأن لا وجود لفقرات صحيحة أو خاطئة بل كما يروونه مناسب مع التأكيد على تدوين البيانات المرفقة بالمقياس ذات العلاقة بهوية المجيبين.

8. تصحيح الاختبار:

يقصد بتصحيح الاختبار هي وضع درجة لاستجابة المفحوص على كل فقرة من فقرات المقياس في ضوء البديل الذي يختاره (أبو زينه، 1998: 227). وقد اعتمد الباحث في تصحيح المقياس على إعطاء الأوزان (1،2،3،4،5) للبدائل الاتية (دائماً، كثيراً، قليلاً، نادر، قليل جداً) على التوالي، وفي ضوء ذلك تم جمع درجات الاجابة عن كل فقرات المقياس المكون من (50) فقرة، إذ تكون اعلى درجة للمقياس هي (250) واقل درجة هي (50) والوسط الفرضي هو (150).

رابعاً-الوسائل الاحصائية:

لأجل معالجة البيانات الواردة في البحث استعان الباحث ببرنامج الحقيبة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for the SocialSciences) ويرمز له باختصار (spss) .

عرض النتائج ومناقشتها

1- التعرف على الاتجاه نحو الموضة لدى طلبة الجامعة:

قام الباحث باستخراج المتوسط الحسابي لدرجات العينة والذي بلغ (20،157) بانحراف معياري قدره (534،13) درجة وبعد ذلك قمنا باختبار دلالة الفروق باستخدام الاختبار التائي لعينة واحدة تبين إنها دالة معنويًا لصالح متوسط العينة عند مستوى دلالة (0.05) وبدرجة حرية (149) كما في الجدول (1) أدناه:

الجدول رقم (1) نتائج مقياس الاتجاه نحو الموضة لعينة واحدة

المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة التائية المحسوبة	قيمة التائية الجدولية	الدلالة الاحصائية
الطلبة	150	20،157	534،13	149	76،3	98،1	دال احصائياً

2-الكشف عن الفروق في الاتجاه نحو الموضة حسب متغير الجنس، اذ يبين الجدول (2) وجود فرق بين الجنسين في هذا المتغير لصالح الاناث وكما في الجدول (2):

الجدول رقم (2) نتائج مقياس الاتجاه نحو الموضة لعينتين مستقلتين

المجموعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	الدلالة
ذكور	75	722،144	449،8	148	762،6	98،1	غير دال احصاء يا
اناث	75	218،164	447،10				

وتفسر هذه النتيجة بان المرأة عرفت على مر عصور التاريخ بأنها الباحثة الأولى عن الجمال، وعن أدواته، لدرجة أن هذا الجمال تحول إلى سرعات وموضات ومجالاً للتباهي، والخروج بالغريب والجديد؛ حتى لو دفعت المرأة مقابل ذلك من مالها أو من صحتها وألمها ثمناً باهظاً لتبدو متميزة، فحولت المرأة عملية البحث عن الجمال إلى عملية مضمّنة تركّض خلفها العديد من السيدات اللاتي حرصن على أن يبرزن جمالهن عن طريق استخدام مساحيق وأدوات التجميل أو عمليات التجميل، وهذا ما شهدته صالونات التجميل مؤخراً من إقبال بعض الفتيات على عمليات التجميل الخاصة.

- الاستنتاجات:

في ضوء نتائج البحث التي توصل اليها الباحث تبين ما يأتي :-
تتمتع طلبة كلية التربية للعلوم الانسانية بمستوى فوق المتوسط من الاتجاه نحو الموضة.

وجود فرق دال بين طلاب وطالبات العينة في متغير الاتجاه نحو الموضة
ولصالح الاناث.

- التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصل اليها الباحث وضع عدداً من التوصيات منها:

- 1- الاستناد الى نتائج الدراسة والاستفادة منها في اجراء دراسات مقارنة.
- 2- إثراء المناهج الدراسية في المراحل الدراسية بموضوعات تسهم في الحفاظ على مستوى متوسط من الاهتمام بالموضة.
- 3- استخدام برامج ارشادية تهدف الى التخفيف من مستوى مرض الادمان على الموضة للطلبة الذين ظهرت لديهم نسب عالية في المقياس.

- المقترحات:

يقترح الباحث اجراء الدراسات الاتية: -

- 4- اجراء دراسة لمعرفة مستوى اتجاه نحو الموضة لدى طلبة الكليات الطبية والهندسية.
- 5- اجراء دراسات تستهدف قياس اتجاه نحو الموضة لدى افراد من شرائح اجتماعية أخرى (معلمون، عسكريون، فلاحون، عمال، ربات بيوت...الخ).
- 6- اجراء دراسات تستهدف الكشف عن طبيعة علاقة الاتجاه نحو الموضة بمتغيرات نفسية أخرى (الذكاء، تقدير الذات، الابداع، مستوى الطموح، الانجاز الدراسي والمهني).
- 7- اجراء دراسة مقارنة في الاتجاه نحو الموضة بين سكان (الريف-المدينة).

قائمة المراجع:

1. ابراهيم محمد عبد القادر وعزيز سمارة (1989)، مبادئ القياس والتقويم في التربية، ط2، دار الفكر، عمان
2. ابو زينة، فريد كامل (1998)، اساسيات القياس والتقويم في التربية، ط2، مكتبة الفلاح، كويت
3. ابن خلدون عبد الرحمن، المقدمة، بيروت: دار صادر، ط 1، 2000.
4. حسين صادق، الاتجاهات من منظور علم النفس، مجلة جامعة دمشق - مجلد 28 - العدد 3+4 2012.
5. البيلاوي حازم، علم المستقبل على ابواب عصر جديد. دار الشروق: ط 2، 1938
6. بودريار جان، المجتمع الاستهلاكي (دراسة في أساطير النظام الاستهلاكي وتراكيبه). تعريب خليل احمد خليل، بيروت: دار الفكر اللبناني، ط1، 1990
7. جابر، عبد الحميد جابر -الشيخ، سليمان الخضري، دراسات نفسية في الشخصية العربية، الناشر عالم المعرفة، القاهرة، 1978
8. دويدار، عبد الفتاح، علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1994
9. نياض فوزية، القيم والعادات الاجتماعية. دار النهضة العربية لطباعة والنشر، بيروت: ط2 1980
10. راجح، أحمد عزت، أصول علم النفس، المكتب المصري الحديث، الإسكندرية، 1973
11. الرشدان عبد الله، علم الاجتماع التربوية. دار الشروق، ط 1، 1999
12. الروسان، فاروق (1999) اساليب القياس والتشخيص في التربية، ط1، دار الفكر، الجامعة الاردنية
13. زحيلي، غسان، اتجاهات طلبة كلية التربية بجامعة دمشق نحو بعض مقررات علم النفس وعلاقتها بالتحصيل الدراسي، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، 1993.
14. زهران، حامد، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، 1977
15. الزوبعي، عبد الجليل واخرون (1981)، الاحصائيات والمقاييس النفسية، وزارة التعليم العالي، جامعة الموصل
16. شرابي هشام، مقدمات لدراسة المجتمع العربي . دار الطليعة
17. الظاهر، زكريا محمد واخرون (2002)، مبادئ القياس والتقويم في التربية، دار العلمية ودار الثقافة
18. عابدين عليّة، دراسات في سيكولوجية اللباس. مصر: دار الفكر العربي، 1996، ط 1

19. عبد العزيز خوجة، مبادئ في التنشئة الاجتماعية. وهران: دار الغرب لنشر والتوزيع، 2005
20. العساف، صالح بن احمد (1995)، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية. ط1، مكتبة العيكات، الرياض، السعودية،
21. غيث، عاطف وآخرون: مصطلحات العلوم الاجتماعية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1988 م.
22. فرج (1997)، القياس النفسي، ط3، الانجلو المصرية للنشر القاهر، مصر
23. الكعبي حاتم، التغيير الاجتماعي وحركات الموضة. لبنان: دار الحدائث للطباعة والنشر
24. الكيال تهامي حسن عبد الحميد، الثقافة والثقافات الفرعية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1997
25. لامبرت وليم و، و لامبرت ولاس إ، علم النفس الاجتماعي. ترجمة سلوى الملا، مراجعة عثمان نجاتي، دار الشرق، ط1 1989
26. محمد صفوح الأخرس، نموذج إستراتيجية الضبط الاجتماعي في الدول العربية. الرياض: أكاديمية نالف العربية للعلوم الأمنية، ط1. 1998
27. محمد قنوص صبحي، دراسات تحضيرية (مدخل نظري). القاهرة: الدار الدولية لنشر والتوزيع، ط، 1994
28. محمد الهاشمي عبد الحميد، المرشد في علم النفس الاجتماعي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 1984
29. ملحم، مازن، اتجاه العامل نحو الذات والعمل والزملاء والإدارة وأثره في الإنتاج، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، 1995
30. ميخائيل، امطابنوس (2001)، القياس والتقويم في التربية الحديثة، منشورات جامعة دمشق، مكتبة الجامعة
31. النبهان، موسى (2004) اساسيات القياس في العلوم السلوكية، ط1، مكتبة دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان
32. نشواتي، عبد المجيد، علم النفس التربوي، دار الفرقان، إربد، عمان، الأردن، 1983
33. ولد موسى حسينة، ظاهرة الموضة (دراسة حالة اللباس النسوي). (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 1999-2000
34. يحي الحداد عبد الرحمان، آداب السلوك في المجتمعات الغربية (الدليل العلمي لسلوك والعلاقات اليومية في المجتمعات الغربية). الأردن، عمان: دار الشروق، ط1، 1995

1. Allport, G. W., **The Nature of Prejudice**, Cam Bridge, Addison Wesley, 1954
2. BOUDON Raymond, **et Autres, Dictionnaire de sociologie**, Paris Larousse
3. Jacques Guillou, **La Rue, Lieu de Sociabilité** (Rencontres de le Rue). Publications de L'université de Rouen : 1997
4. LAHBABI Mohamed Aziz, **Le monde de demain** (le tiers-monde accuse) . Maroc : Casablanca, Dar –el-kitab, 1980
5. Michel De Coster, **Sociologie de la Liberté**. Paris : Bruxelles, De Boeck & Larcier S.A. 1996

الملاحق

مكان العمل	التخصص	اسم الخبير	ت
كلية التربية جامعة تكريت	طرائق تدريس ومناهج	ا.د قصي محمد الطيف	1
كلية التربية جامعة تكريت	ط ت الكيمياء	ا.د رائد ادريس محمود	2
كلية التربية جامعة تكريت	علم نفس اجتماعي	ا.م.د حميد سالم خلف	3
كلية التربية جامعة تكريت	علم نفس النمو	ا.م.د صباح مرشود منوخ	4
كلية التربية جامعة تكريت	ط ت اللغة العربية	ا.م.د نضال مزاحم رشيد	5
كلية التربية جامعة تكريت	ادارة تربوية	ا.م.د كاظم علي احمد	6
كلية التربية جامعة تكريت	ارشاد نفسي وتربوي	ا.م.د اديب محمد نادر	7
كلية التربية جامعة الموصل	علم نفس اجتماعي	ا.م.د صبيحة ياسر مكطوف	8
كلية التربية جامعة الموصل	ط ت اللغة العربية	ا.م.د فتحي طه مشعل	9
كلية التربية للبنات جامعة تكريت	علم نفس اجتماعي	ا.م.د نبيل عبدالعزيز	10

مقياس الاتجاه نحو الموضة

عزيزتي الطالب عزيزتي الطالبة

يقوم الباحث بأجراء دراسة عن (اتجاه طلبة جامعة تكريت نحو الموضة) وبين يديك مجموعة من الفقرات وان لها مجموعة من البدائل يرجى وضع علامة (√) تحت البديل المناسب لك . علما ان هذه الاستمارة لأغراض البحث العلمي فقط

مع التقدير

الباحث ا.د طارق هاشم خميس

فقرات المقياس

ت	الفقرات	دائما	كثي	قليلا	ناد	قليل
		را	را	را	را	جدا
1	اقتني المجلات الخاصة بالموضة					
2	اتابع قنوات متخصصة بالموضة					
3	اتابع اخر صيحات الموضة من الانترنت					
4	اميل الى التسوق عن طريق اصدقاء بالخارج					
5	اتابع اخر خطوط وصيحات الموضة					
6	احب الازياء التي تظهر جسمي					
7	اختار الالوان الهادئة لملابسي					
8	احب الالوان المحايدة					
9	احب الموديلات المحتشمة					
10	اميل في ملابسي الى الطابع الغربي					
11	افضل ارتداء العباءة والحجاب والخمار					
12	اميل الى الالوان الصارخة في ملابسي					

						2
					ارغب كثيرا في البنطلون	1
						3
					احب ارتداء الجينز والتنورة	1
						4
					اشتري ملابس في اول جوله تسوق	1
						5
					اتجول كثيرا في السوق قبل الشراء	1
						6
					لا اشترى قبل مقارنة الاسعار	1
						7
					اقضي نهار كاملا عند التسوق	1
						8
					اشترى ملابس من دون مرافقة احد	1
						9
					اعيد ما اشترى الى المحل مرارا	2
						0
					ملابسي لا تعجب اسرتي	2
						1
					اجد ان الازياء كلها تلائمني	2
						2
					اعتقد ان لدي ثقة بنفسى اكثر من معظم الناس في اقتناء ما يناسبني	2
						3
					لدي استقلالية في اختيار ما يناسبني اكثر	2
						2

					من غيري	4
					اعتقد ان لدي قدرات شخصية كثيرة	2 5
					لا تمثل الموضة شيئا في حياتي	2 6
					انتشوق لمعرفة اخر قصات الشعر	2 7
					اقتني اكسسوارات غريبة كثيرا	2 8
					لا أدوات المكياج اهمية كبيرة في حياتي	2 9
					لا ارجب في تقليد الموضة	3 0
					لا خيار لي في كل موضة تظهر	3 1
					اقتني اكثر من موديل في كل موضة تظهر	3 2
					راحة جسمي غير مهمة ما دامت ملابسي على الموضة	3 3
					احب ان اكون انيقة وليس شرطا الموضة	3 4
					يجب ان يتبع الجميع صيحات الموضة	3 5
					اقلد قصات الشعر لبطلات السينما	3

						6
					ارغب في التميز بمكياج صارخ	3 7
					ملابسي قصيرة وتبرز مفاتن جسمي	3 8
					اشعر في الرغبة في ارتداء ملابس ضيقة	3 9
					البس احذية بكعب عالي مجارة للموضة	4 0
					ارغب ان اقتني كل شيء من ماركات عالمية	4 1
					ارغب في وضع عدسات لاصقة ملونة	4 2
					اسخر من زميلاتي لانهن لا يجاين الموضة	4 3
					اتابع تطورات الموضة باستمرار	4 4
					هدفي من الموضة جذب انتباه الاخرين	4 5
					استخدم عطور مثيرة دائما	4 6
					احمل حقيبة يد من مناشيء عالمية	4 7
					استخدم مفردات اجنبية عند حديثي مع	4

					الاخرين	8
					اعبر عن اعجابي بأحترام الغرب للمرأة	4 9
					اعبر عن امتعاضي عن انغلاق مجتمعنا الشرقي	5 0