

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ورقلة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم الاجتماع

رسالة ماستر :

ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي

دراسة ميدانية لجامعة ورقلة

تحت إشراف :

الأستاذ: مازن الحوش

إعداد الطالب :

بولعراس سمية

السنة الدراسية: 2019 / 2020

كلمة شكر

الحمد لله ربي علي منحنا القوة حتي رأينا حلمنا يترجم ضمن مذكرتنا فلك كل الشكر

والحمد حتي اخر نفس في حياتنا

نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ مازن الحوش الذي وافق علي جعل اسمه يكتب مشرفا

للدراصة

و إلى كل أساتذة معهد علم الاجتماع و كل الزملاء والطلبة الذين قدموا لي يد العون

لإنجاز هذا العمل.

ملخص الدراسة :

حضي موضوع اللباس باهتمام العديد من المفكرين و الاكاديميين والباحثين لما له من دور في حياة الفرد لذا انطلقت هذه الدراسة للتعرف علي الدوافع الحقيقية التي تدعو الطلبة الجامعيين للاهتمام باللباس والمظهر بصفة عامة والعوامل المساعدة علي ذلك .

ولقد اعتمد علي المنهج الوصفي في هذه الدراسة كما تم استخدام الاستبيان كأداة من ادوات جمع البيانات والذي احتوي علي 24 سؤال .

كما اعتمدنا علي الاستمارة الالكترونية ووزعنا الاستمارة علي الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقد اجاب علي الاستمارة 50 طالب كما تم استخدام العينة الحصصية وقد توصلت الدراسة الي نتائج التالية :

- يشكل اللباس احد الضغوطات النفسية والاجتماعية على الفرد فمن أهم الدوافع التي تؤدي بالطلبة الجامعيين إلى زيادة الاهتمام باللباس هو لفت انتباه وإعجاب الآخرين .
- وتعتبر وسائل الإعلام من أهم العوامل المباشرة على نشر ثقافة اللباس خاصة لدى الشباب، بفعل تأثير مشاهدة التلفزيون واستعمال الانترنت .
- وتعتبر الموضة من أهم العوامل التي تدفع بالشباب إلى الاهتمام باللباس، خاصة منهم الطلبة الجامعيين بصفتهم يحتلون مكانة اجتماعية يسعون من خلالها للتميز عن الشباب الآخرين .

Résumé de l'étude

La question de l'habillement a suscité l'intérêt de nombreux penseurs, universitaires et chercheurs en raison de son rôle dans la vie de l'individu. Cette étude a donc été lancée pour identifier les véritables motifs qui invitent les étudiants universitaires à prêter attention à la tenue vestimentaire et à l'apparence en général et aux facteurs qui y contribuent.

Il était basé sur l'approche descriptive de cette étude et le questionnaire a été utilisé comme outil de collecte de données, qui contenait 24 questions.

Nous nous sommes également appuyés sur le formulaire électronique et avons distribué le formulaire aux étudiants via des sites de réseautage

social.50 étudiants ont répondu au formulaire, et l'échantillon de quota a été utilisé, et l'étude a atteint les résultats suivants:

- L'habillement est l'une des pressions psychologiques et sociales sur l'individu et l'un des motifs les plus importants qui poussent les étudiants universitaires à s'intéresser davantage aux vêtements est d'attirer l'attention des autres .
- .Les médias sont considérés comme l'un des facteurs directs les plus importants dans la diffusion de la culture vestimentaire, en particulier parmi les jeunes, en raison de l'influence de la télévision et de l'utilisation d'Internet.
- La mode est considérée comme l'un des facteurs les plus importants qui poussent les jeunes à prêter attention aux vêtements, en particulier les étudiants universitaires, en leur capacité d'occuper une position sociale par laquelle ils cherchent à se distinguer des autres jeunes.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	شكر و عرفان
9-7	المقدمة
	الجانب النظري
	الفصل الاول الجانب المنهجي للدراسة
12	تمهيد
13	أسباب اختيار الموضوع
14	الهدف من الدراسة
15	الاشكالية
17	فرضيات الدراسة
18	تحديد المفاهيم
20	الدراسات السابقة
23	المدخل النظري للدراسة
25	مجالات الدراسة
26	المنهج المعتمد في الدراسة
27	عينة الدراسة
28	ادوات جمع البيانات
29	حدود الدراسة
30	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني اللباس
31	تمهيد
32	المبحث الأول: تعريف اللباس
32	المبحث الثاني: دوافع اقتناء اللباس.
36	المبحث الثالث: اللباس التقليدي الجزائري.
37	المبحث الرابع: اللباس العصري عند الشباب الجامعي.

41	المبحث الخامس: مصدر شراء اللباس.
42	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث
44	تمهيد
45	المبحث الأول: تعريف الموضة اللباسية.
46	المبحث الثاني: التقاليد الاجتماعية و الموضة
47	المبحث الثالث: خصائص وأسباب انتشار الموضة
49	المبحث الرابع: العمليات الاجتماعية للموضة
51	المبحث الخامس: المجتمع الاستهلاكي والموضة
52	المبحث السادس: الموضة و الاقتداء بالغرب
53	المبحث السابع: القيم الاجتماعية والموضة
54	المبحث الثامن: الشباب وظاهرة الموضة
56	خلاصة الفصل
	القسم الميداني
	الفصل الرابع
	عرض بيانات وتحليلها ومناقشة النتائج
58	تمهيد
59	عرض بيانات و تحليلها الدراسة الميدانية
80	الاستنتاج العام
84	الخاتمة
87	قائمة المراجع
90	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العناوين	الرقم
	توزيع عينة الدراسة وفقا لنوع الجنس	01
	توزيع عينة الدراسة وفقا للسن	02
	توزيع عينة الدراسة وفقا لتخصص	04
	توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى المعيشي	03
	توزيع عينة الدراسة وفقا للتنظيم العائلي	04
	يبين رأي الطلبة في المثل " كول واش يعجبك والبس واش يجب الناس "	05
	يبين دوافع الشراء اللباس لدى الطلبة	06
	يبين الأشخاص الذين يلبس الطلبة من اجلهم	07
	يبين علاقة استشارة الطلبة الآخرين عند الشراء وعلاقته بالتنظيم العائلي.	08
	يبين رأي العائلة في لباس ابنها وعلاقته بالمستوى المعيشي.	09
	يبين الأساس الذي عليه يختار الطلبة أصدقاءهم	10
	يبين أهم القنوات التلفزيونية التي يتابعها الطلبة وعلاقتها بالتخصص	11
	يبين البرامج التلفزيونية المفضلة بالنسبة لطلبة وعلاقته بالتخصص	12
	يبين سبب تقليد الطلبة الغرب في لباسهم.	13
	يبين رأي الطلبة في الملابس المصنوعة محليا	14
	يبين صفة تردد الطلبة على مواقع الانترنت	15
	يبين أهم ما يقرأه أو يطالعه الطلبة .	16
	يبين نوع اللباس المفضل عند الطلبة	17
	يبين أهمية الموضة بالنسبة للطلبة	18
	يبين رأي الطلبة حول مظهرهم .	19
	يبين مصدر النقود لشراء الملابس .	20
	يبين صفة مساعدة العائلة لطلبة ماليا لشراء الملابس	21
	يبين القيمة المالية التي يخصصها الطالب لشراء الملابس .	22
	يبين المناسبات التي تشتري فيها الملابس .	23

المقدمة :

لعل أهم ما يميز المجتمعات الحديثة هو سرعة التغير على جميع المستويات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وما توصلنا إليه من تطور وتحول ليس نتاج شخص واحد أو جيل واحد وإنما هو نتاج لتراكم معرفي لأجيال متتالية، ويحتوي التغير الاجتماعي الثقافي على مظاهر مختلفة بحيث كل مظهر يمكن أن يكون موضوعا لدراسة علمية سوسيولوجية. ونحن ارتقينا في هذا البحث إلى دراسة الاهتمام باللباس العصري لدى الطلبة الجامعيين ذكور باعتبارهم شباب في مرحلة تكوين شخصيتهم واثبات وجودهم والبحث عن القبول الاجتماعي هذا إضافة إلى ما يتميزون به من حب التغير والتجديد، ولما للجامعة من مكانة اجتماعية متميزة حيث تعمل على تكوين النخبة المثقفة والإطارات المستقبلية والتي يرى الطالب من خلالها أنها المكان الذي يحقق فيه مشروعه الاجتماعي والمعرفي. إن دراسة موضوع اللباس يعني الوقوف على البناء السوسيولوجي للمجتمع، لما له من أهمية ومكانة وقيمة رمزية في الحياة الاجتماعية للفرد، فعلى تعبير ابن خلدون " فان صناعة الحياكة والخياطة صناعتان ضروريتان في العمران لما يحتاج إليه البشر من الرفه، فالأولى بنسج الغزل من الصوف والكتان والقطن...والصناعة الثانية لتقدير المنسوجات على اختلاف الأشكال والعوائد " فإلى جانب هذا فهو يروي ويعكس الحقبات التاريخية التي مرت عليها المجتمعات الإنسانية والمناخ السائد والعادات والتقاليد والشروط الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والدينية التي أنتج فيها. فتغير اللباس عبر الأزمنة وتغيرت معه طرق و دوافع استعماله فأول مظهر استعمل لحماية الجسم من تقلبات الطقس وسترته من أعين الناس ثم تغير ليتناسب مع نوع العمل في المصانع للوصول إلى مواكبه للعصر ومسايرت للموضة. فميز اللباس بين الجنسين الذكور والإناث والبدو والحضر والطبقات والفئات الاجتماعية الدنيا والعليا والأطفال والشباب والشيوخ وبين التقليدي و العصري، كما ميز بين الأفراد حسب مكانتهم ودورهم الاجتماعيين. فبالإضافة إلى انه تراث شعبي فهو أيضا وسيلة اتصال وتفاعل فهو يترجم مدى تأثر الفرد بالعالم الخارجي ويحدد الفروق الشخصية ونوعية العلاقات السائدة بين أفراد المجتمع " فاللباس مثله مثل اللغة يحمل رموز ومعاني يساعد على الاتصال بواسطة التصميم والمادة

المستعملة والمكونات الأخرى من ألوان واكسسورات، فمن خلال المظهر العام يشكل الشخص أسلوب لباسه ويعطي صورة متميزة عن نفسه، فيغطي أجزاء من جسمه ويكشف أخرى " فهذه الرموز والدلالات يستقبلها الشخص الآخر الذي له

مفاتيح لتفكيكها وفهم معانيها وفق ما هو منتشر في المجتمع من قيم ومعايير. يقول جون بودريار " لا نلبس كي نصبح أكثر جمالا، بل حتى يحكم علينا المجتمع أن نتماشى وفق ما يتطلبه، أي وفق الشرعية الاجتماعية " ويقول فرونسوا داقوني عن المظهر " انه يعبر على اختيارنا وأذواقنا لكن يعبر على ما قرره الآخرون أيضا " في المقابل فبقدر ما يعبر اللباس على امتثال الفرد للقيم والمعايير الاجتماعية فهو أيضا يعبر على حرية اختياره واستقلالية أذواقه وهذا بفعل ما أنتجته المجتمعات الحديثة من تصورات وأنماط سلوكية عبر مؤسساتها المختلفة من أسرة ومدرسة و وسائل الإعلام وما تسوقه هذه الأخيرة عبر الإعلانات و الإشهارات التليفزيونية من سلع وما تخلقه من عادات للاستهلاك الذي لا يقوم على الحاجة وقيمة الشيء بل على رمزه الاجتماعي فإلى جانب انه يوفر حرية الاختيار ويحقق كل أذواق الفرد فهو أيضا يثبت وجوده ويعزز ثقة نفسه من خلال التعبير عن انتماءه الاجتماعي والطبقي ومستواه المعيشي والثقافي. وتبرز أهمية اللباس لما له من تأثير على الجانب النفسي والاجتماعي للفرد إذ أدى إلى التأثير على أنماط المجتمع السلوكية وعرفه وتقاليده وكل آدابه، لهذا أصبح الطلبة الجامعيين أكثر اهتماما بالمظهر وأكثر تأكيدا على اللباس حيث يسجل حضورهم كأفراد و يبرز

خصوصياتهم الفردية، وانتماءاتهم الاجتماعية ويميزهم عن الفئات الاجتماعية الأخرى. وعليه تلعب عملية التنشئة الاجتماعية دور مهم في عمليتي التكويني والإدماج الاجتماعي من خلال مؤسساتها بدءا بالأسرة والمدرسة وجماعة الرفا وصولا إلى الجامعة هذا إضافة إلى وسائل الإعلام خاصة من خلال القنوات التليفزيونية الفضائية وما لها من تأثير على تصورات وسلوك الأفراد وهو ما ينعكس على مظهرهم ولباسهم. وباعتبار الموضة مظهر من مظاهر اللباس ومن إنتاج المجتمع فهي من جهة تشكل نوع من الضغط الاجتماعي إذ أن عدم الاستجابة لها ولنماذجها يؤدي إلى الإقصاء الاجتماعي ومن جهة أخرى فهي توفر للفرد الحرية في الاختيار والاستقلالية في الذوق عكس الملابس التقليدية التي لا تسمح بمخالفتها، إذ الخروج عنها يعني مخالفة الجماعة. هذا إضافة إلى ما تقدمه من تميز لصاحبها بناء على الرموز والمعاني التي تحملها،

فتحدد المستوى الاجتماعي والمعيشي والطبقي والثقافي للفرد. مما أنتج قيم ومعايير اجتماعية جديدة تركز على الاستهلاك، تروجها المجتمعات الصناعية أثرت على تصورات وسلوكيات الطلبة مما أدى بهم إلى الاقتداء بالغرب في مظاهرهم ولباسهم، وتهميش ثقافتهم وهويتهم ومن أجل الوقوف على أهم الأسباب والدوافع التي تؤدي بالشباب عامة والطلبة خاصة إلى الاهتمام باللباس ومعرفة العوامل المساعدة على ذلك، قمنا بتقسيم هذا البحث إلى بابين الأول نظري وفي الفصل الأول قدمنا تعريف باللباس، استعرضنا أشهر الألبسة التقليدية الجزائرية والتي لا تزال موجودة إلى يومنا هذا، لنختم الفصل بأشهر ما يرتديه الطلبة الجامعيين من ألبسة عصرية. واختتمنا الجانب النظري بفصل حول الموضة اللباسية فقمنا بتعريفها وعلاقتها بالعادات والتقاليد الاجتماعية وذكر خصائصها وأسباب انتشارها لنبين بعدها أهم العمليات الاجتماعية التي تقوم بها، لنصل إلى تأثيرها على عادات الاستهلاك لدى الفرد واقتداء الشباب بالغرب، ونبين قيمتها الاجتماعية لننتهي بالموضة عند الشباب الجزائري. أما الباب الثاني فاحتوى على الجانب الميداني والذي فيه تم توزيع الاستمارة وجم البيانات والربط بين المتغيرات، وبناء الجداول على أساس الفرضيات التي تم لانطلاق منها لنصل بعدها إلى النتائج وتحليلها إحصائياً و سوسيلوجياً وتأويلها. وبهذا نتمنى أن نكون وفقنا إلى تحقيق نسبيا الشروط العلمية والموضوعية، وتقديم إضافة إلى الرصيد العلمي والمعرفي في هذا المجال.

الجانب النظري

الفصل الأول

الجانب المنهجي لدراسة

تمهيد

- (1) اسباب اختيار الموضوع
- (2) الهدف من الدراسة
- (3) اشكالية
- (4) فرضيات
- (5) تحديد المفاهيم
- (6) الدراسات السابقة
- (7) المدخل النظري للدراسة
- (8) مجالات الدراسة
- (9) المنهج المعتمد في الدراسة
- (10) عينة الدراسة
- (11) أدوات جمع البيانات
- (12) حدود الدراسة

خاتمة

تمهيد:

سيتم في هذا الفصل تقديم موضوع الدراسة حيث يتم تحديد مشكلة الدراسة وتوضيح أهمية واهداف الدراسة تحديد المفاهيم والمصطلحات الواردة في موضوع الدراسة والدراسات السابقة كما يشمل مختلف الإجراءات المنهجية من المنهج التبعي الدراسة بالإضافة الى ادوات جمع البيانات ونوع العينة وخصائصها .

1 : أسباب اختيار الموضوع:

تتمثل أسباب اختيارنا لموضوع ظاهرة اهتمام الطلبة الجامعيين باللباس في:

أسباب ذاتية:

معايشتنا لظاهرة بصفتنا شباب وطلبة جامعيين نتأثر بما يجري من حولنا.

كما أن اغلب الدراسات تؤكد على لباس المرأة دون الرجل وبمأن الاهتمام باللباس عند الإناث ليس نفسه عند الذكور كما انه ليس نفسه عند الطلبة الجامعيين وفئات أخرى من الشباب خلق لدينا نوعا من الفضول وجعلنا نختار هذا الموضوع بمحض إرادتنا لدراسته بطريقة علمية.

أسباب علمية:

1. النقص الذي التمسناه في هذا النوع من الدراسات السوسولوجية التي تهتم بالمظهر واللباس، خاصة بالنسبة لجنس الذكور .
2. تزايد انتشار ظاهرة الاهتمام باللباس العصري خاصة لدى فئة الشباب منهم الطلبة الجامعيين، وهو ما يتضح من خلال الاهتمام المتزايد بالمظهر وتغييره، ومن الانتشار المتزايد لأنواع من الألبسة المستوردة والحاملة لعلامات تجارية مختلفة والتي تباع بأسعار جد مرتفعة.
3. أهمية موضوع اللباس في حياة الفرد والذي يسعى الطلبة الجامعيين إلى التميز من خلاله عن باقي الفئات الشبابية الأخرى، مما أدى بهم إلى خلق ثقافة يحاولون ترسيخها، بالإضافة انه يترجم مدى تأثير الفرد بالعالم الخارجي، ويحدد الفروق الشخصية بين الأفراد والجماعات و نوعية العلاقات السائدة بينهم وبالتالي القهر والضبط الاجتماعي الذي يتعرض إليه.
4. تراجع القيم التقليدية كالقيمة الوقائية والأخلاقية للباس وحلت محلها قيم ومعايير اجتماعية جديدة جراء التغير الحضاري والاجتماعي والثقافي.

2 : الهدف من الدراسة:

1. نسعى من خلال دراستنا لظاهرة الاهتمام الطلبة الجامعيين ذكور باللباس، إلى المساهمة بدراسة علمية سوسيولوجية لإثراء الرصيد المعرفي والعلمي في هذا المجال .
2. السعي إلى البحث عن الدوافع الذاتية والاجتماعية للطلاب في وسط من المتغيرات الحضارية والثقافية والاقتصادية التي أثرت على تصورات وسلوكياته ومنها اهتمامه أكثر باللباس .
3. كشف حقيقة اللباس وتوضيح الأبعاد والدلالات النفسية والجمالية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي يرمي إليها من خلال القيم والمعايير الاجتماعية التي تم إنتاجها و الرموز والمعاني التي يحملها ويرمي إليها باعتباره مجال حيوي مهم في حياة الأفراد لا يمكن الاستغناء عنه.
4. الوقوف على الحياة الاجتماعية الواقعية لشباب الجزائري منهم الطلبة الجامعيين، في إطار المجتمع العصري الذي يسمى بمجتمع الاستهلاك والذي يتطلب إنفاق مالي إضافي خاصة في مادة اللباس وفي جانب الكماليات باسم العصرية والموضة على حساب الحاجيات الضرورية، وهذا بناء على ما تسوقه وسائل الإعلام من خلال الإشهار و الإعلان والدعاية عن المنتج والوصول في الأخير إلى إنتاج تصورات خاطئة عند المستهلك والتي يقع الشباب ضحيتها.
5. البحث عن مدى تأثير المستوى المعيشي والطبقي والثقافي والمكانة والدور الاجتماعيين على توجه الطلبة الجامعيين واختياراتهم لنوع اللباس .

3 : الإشكالية :

ظهر اللباس منذ أن خلق الإنسان، حيث دعت إليه الأديان وتجاوبت معه الطبيعة البشرية، فأصبح يلزم الفرد طوال حياته، فتغير بمرور الحضارات وتعاقب الأجيال وتسارع الأحداث والمتغيرات، واختلف من مجتمع لآخر حيث أصبح يميز منطقة عن أخرى و يعبر عن تراثها وعاداتها، وعرف أكثر تغيير مع التطور العلمي والصناعي. واحتل اليوم مكانة هامة في المجتمع و حياة الفرد باعتباره أول ما يلاحظ على الشخص، فبالإضافة إلى انه يميز ثقافة منطقة أو مجتمع عن الأخر، فهو أيضا يحدد شخصية الفرد و انتماءه و مكانته الاجتماعية ومستواه المعيشي، الذي يتميز به عن باقي الأفراد الأخرين في المجتمع الواحد، خاصة لدى فئة الشباب باعتباره أكثر فئات المجتمع بحاجة إلى التغيير والتعبير عن الذات، وبصفتهم أكثر حيوية وقدرة ونشاط، وأكثر تفاعلا وسرعة في الاندماج مع الآخرين .

والشباب في المجتمع الجزائري كباقي شباب المجتمعات الأخرى، تأثر بثقافة العصر واهتم باللباس خاصة منهم الطلبة الجامعيين، حيث تتطلب الحياة الاجتماعية عامة وثقافة الشباب خاصة، العناية بالمظهر لما للملابس من اثر نفسي واجتماعي على الفرد الذي يرتديها والأخر الذي يراها " فموضوع الملابس والثياب ذو شقين الأول يتعلق بالذوق والفن والثاني تحكمه قواعد اجتماعية صارمة وما من شك أن كل الحضارات تلتقي عند تلك القواعد بالرغم من اختلاف الزمان والمكان واختلاف تقاليد الناس وأذواقهم " ولهذا انشغل الطالب بشرائها واختيارها باعتباره فردا له استقلالية كاملة وحرية تامة في اختيار أذواقه ومن جهة أخرى بصفته كائن اجتماعي يتمثل وينقاد إلى ما يدعو إليه المجتمع وما هو متوفر في السوق من الموضة التي تقتضي إنفاق مالي إضافي وانشغال ذهني، معتمدا في ذلك على إمكانياته المالية الخاصة وهذا ما جعله يمارس أعمال إضافية إلى جانب دراسته ومستعينا بالعائلة من حين لآخر. فاللباس أول ما ظهر كان عبارة عن حماية لجسم الإنسان من حر الصيف وبرد الشتاء و سترة لاعضائه من أعين الناس حيث من فطرة الإنسان الاحتشام أمام الأخرين، ثم تطور مع الوقت فأصبح يحمل رموز وقيم ومعايير منها الانتماء الثقافي و الاجتماعي الطبقي والتعبير عن المستوى المعيشي، من خلال مسابرة العصر

وإتباع الموضة بما تحمله من علامات تجارية واسم البلد الذي صنع فيه، إضافة إلى انه يحمل أسماء لأشهر الشخصيات الفنية من خياطين ومصممي الأزياء ومغنين وسينمائيين وحتى الرياضيين والسياسيين فأصبح التقليد والتشبه بهؤلاء من خصائص الانتماء و المساواة وفي نفس الوقت الاختلاف والتميز عن الآخرين .

ونهتم في هذه الدراسة بالدوافع والعوامل الاجتماعية البيئية والنفسية الذاتية التي تجعل من الطلبة الذكور أكثر اهتماما باللباس بصفته شباب جامعيين يعيشون في وسط ضغوطات اجتماعية، ويسعون إلى اكتشاف عالم خاص بهم، ويحرصون من خلاله على التميز على غيرهم من الشباب في مختلف تصوراتهم، محاولين إبراز خصوصية مكانتهم ودورهم الاجتماعيين كطلبة وكإطارات مستقبلية لما لها هذه الأخيرة من قيمتها الرمزية في المجتمع الجزائري الذي تعرض هو الآخر لتغيرات جديدة وسريعة التحول، منها التطور الصناعي والتكنولوجي الذي ساهم في تطوير وسائل النقل و وسائل الإعلام والاتصال مما أدى إلى دفع عجلة الاقتصاد إلى النمو والتنوع وتحس المستويات المعيشية وافتتاح الأسواق المحلية على السوق العالمية، وتزايد عادات الاستهلاك، وظهور المدن التي تتطلب أسلوب معيشي ذات ممارسات وافعال خاصة، حيث أصبح للمظهر دور في إظهار شخصية الفرد وحرية واستقلاليته وانتمائه الاجتماعي والثقافي والتعبير عن مكانته ومستواه المعيشي. وهذه القيم والمعايير يتم نشرها من خلال الإعلانات والإشهارات التلفزيونية لترويج بالمنتوج وتسويقه وهو ما نلتمسه في حياتنا الواقعية واليومية من خلال آراء عامة الناس كما تعكسه الأحكام والأمثال الشعبية التي تتردد في الشارع، أو عبر المؤسسات الرسمية مثل الشركات والإدارات وما توليه من أهمية للمظهر من خلال الطاقم العامل بها أو من خلال إعلانات وطلبات التوظيف. وهذه الضغوطات النفسية والاجتماعية هي افرزات المجتمع الحديث هذا لا يعني عدم وجودها في المجتمعات التقليدية فهي موجودة طالما وجد الإنسان ووجدت معه العلاقات الاجتماعية والتفاعلية ولكن ما يميز هذا المجتمع هو كثرة الضغوطات التي ظهرت مع ظهور التغير الاجتماعي والثقافي وعمليات التحديث، ومعها ظهرت تصورات وافعال كاستجابة لهذه الضغوطات، فكما يرى عاطف عطية " ليس هناك أكثر من فردية من عادة اللباس، إلا أنها

مرتبطة بالبنية الاجتماعية ومفروضة بطريقة ما على أعضاء المجتمع فمن الضروري أن نلبس إلا أن لباسنا خاضع لما هو متوفر في السوق والمتوفر يمثل استجابة لما تتقبله البنية الاجتماعية...، كافة المغريات الدعائية والإعلانية وغيرها ولا ننسى "كل على ذوقك والبس على ذوق الناس" وبالتالي فاللباس له جانبين الأول ذاتي فردي والثاني اجتماعي، وعليه فإلى جانب الدور الوقائي والأخلاقي للباس هناك ادوار اجتماعية أخرى يؤديها تقف وراء اهتمام الشباب به خاصة منهم الطلبة الجامعيين، فما هي إذن الدوافع الحقيقية الذاتية منها والاجتماعية التي تدعو الطلبة الجامعيين للاهتمام باللباس والمظهر بصفة عامة؟ ، وما هي العوامل المساعدة على ذلك؟.

الاسئلة الفرعية :

1. هل اهتمامهم باللباس يكون من اجل أنفسهم وتحقيق لذواتهم أو لأجل لفت انتباه وإعجاب الآخرين؟
2. إلى أي مدى تؤثر وسائل الإعلام في نشر ثقافة اللباس؟
3. كيف تؤثر الموضة اللباسية على اهتمام الشباب باللباس؟
4. هل للإمكانيات المالية تأثير على اختيارات الطلبة الجامعيين لنوع اللباس؟

4 : فرضيات الدراسة :

يرجع اهتمام الطلبة الجامعيين باللباس إلى الضغوطات النفسية وما تدعو إليه الفردانية من استقلالية في الشخصية والتميز عن الآخرين وحرية الاختيار والذوق. والاجتماعية كالتقليد والتشبه بالآخرين ممن ينتمون إلى المستويات والطبقات العليا من المجتمع ومسايرة ما هو منتشر من اللباس، التي أنتجها المجتمع العالمي من خلال الترويج ببعض المنتوجات باسم العصرية والموضة عبر وسائل الإعلام، وخلق تصورات وقيم ومعايير اجتماعية جديدة، مما أدى إلى تهميش الثقافة الأصلية وبالتالي فقدان الهوية الجماعية والبحث عن الهوية الفردية ضمن مجتمع يؤمن بثقافة الاستهلاك.

الفرضيات الجزئية :

1. ترتفع نسبة اهتمام الطلبة الجامعيين باللباس من اجل إرضاء أنفسهم ولفت انتباه وإعجاب الآخرين وفق قيم ومعايير أنتجها المجتمع.
2. تعتبر وسائل الإعلام من أهم العوامل المباشرة المساعدة على نشر ثقافة اللباس.
3. الموضة اللباسية تزيد من إقبال الطلبة الجامعيين على اللباس العصري.
4. الإمكانيات المالية لطلبة تتحكم في اختياراتهم لأذواقهم، فيما يخص جودة ونوعية اللباس.

5: تحديد المفاهيم:

اللباس لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور: • اللبس: بالضم، مصدر قولك لبست الثوب واللباس ما يلبس...وثوب لبيس إذا كثر لبسه.¹

ويقول أبي جعفر محمد بن جرير الطبري :

اللبس فانه لبسته ألبسته لبسا وملبسا وذلك في الكسوة يكتسيها فيلبسه ومن اللبس قول .(الأخطل: لقد لبست لهذا الدهر أعصره * حتى تجلل راسي الشيب واشتعل)²

اصطلاحا: جاء في قاموس أسماء الملابس عند العرب

ألبسة جمع لباس، يعني في كل البلدان العربية الملابس (l'habillement) إلا انه في مصر و ما لا نجد في البلدان الأخرى يعني الملابس الداخلية (caleçon) كما يسمى أيضا سراويل سواء في ملابس الرجال أو النساء³

¹ ابن منظور، لسان العرب. (المجلد الثاني عشر)، لبنان: دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، 1993، ط 2، ص 223

² محمد بن جرير الطبري، جامع البيان في تفسير القرآن. لبنان: دار المعرفة، ص.

³ R. Dozy, Dictionnaire détaillé des noms des vêtements chez les Arabes. Bierut : librairie du Liban – Riad solh squar, p395.

و تعرف الدكتوراة عليا عابدين الملابس (clothes) :

(clothes) بمعنى هو الشيء المنسوج من الشعر أو الصوف أو القطن أو جلد الحيوان أما ملابس

(clothes) فهي تعني الملابس التي تغطي الجسم كله بأنواعها المختلفة الداخلية والخارجية و

مكملا الزينة (الإكسسوارات) ¹

التعريف الإجرائي للباس:

هو ذلك اللباس الذي يوصف بأنه عصري يساير الموضة حيث عرف انتشارا واسعا بين فئات الشباب خاصة منهم الطلبة الجامعيين، اغلبه مستورد من بلدان غربية (أوروبية وأمريكية) وحامل لعلامات تجارية ذات شهرة عالمية ².

الطلبة الجامعيين : فئة اجتماعية من فئات المجتمع، هي جزء من فئة الشباب لا تزال خارجة عن دائرة العمل، هي في حالة تكوين ثقافي جامعي . موجه أساسا لتكوين النخبة والإطارات المستقبلية ³

لفت انتباه وإعجاب الآخرين : بمعنى الصورة الرمزية والجمالية التي يعطيها الطالب عن نفسه للآخرين منها انتماءاته الاجتماعية والطبقية والثقافية. والآخر بمعنى الفرد والمجتمع، أي علاقته بالآخر الذي يشبهه ويختلف عنه .

الموضة اللباسية : هذا المفهوم يستعمل لتعبير عن التحول والتغير في اللباس، في علم الاجتماع الموضة: عبارة عن عملية تحول مستمرة وفي اتجاه دائري لاختيارات معينة لعناصر مجتمع معين في كل المجالات..

ثقافة اللباس : هي معارف وأفكار يتأثر بها الفرد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية تتمثل في طريقة اللباس ومعرفة مستلزماته التابعة له و الرموز والمعاني التي يحملها. التي تستدعي معرفة الطلبة لمادة اللباس سواء من حيث جودته ونوعيته وبلد تصنيعه والعلامة التجارية وكل الموصفات الأخرى مثل مطابقته لنماذج الموضة .

¹ عليا عابدين، دراسات في سيكولوجية اللباس. مصر : دار الفكر العربي، ط1 ، 1996 ، ص 41

² André Koun et Pierre Ansart, Dictionnaire de sociologie. Le Roberte Seuil, p 205

³ غسان منير سنو، القيم والمجتمع(نظام القيم السائدة عند طلبة الدراسات الشرعية في بيروت). (1997 ، ص 15 ، بيروت: دار صادر، ط

الاستهلاك المظهري : إن أول من استعمل هذا الاصطلاح هو العالم الاجتماعي الأمريكي ثورتستين فيبلن (T.veblen) عندما نشر كتابه الموسوم (نظرية الطبقة المرفهة) في عام 1899 وكان يعني به تبذير النقود في شراء حاجات غالية ونادرة لا يستعملها في حياته اليومية إلا أن لهذه الحاجات قيمة جوهرية تساعد صاحبها على الظهور والتفاخر والكبرياء وتعطيه مركزا اجتماعيا مرموقا بحيث يعتبره الناس عضوا في الطبقة الارستقراطية المرفهة وهذا ما يجلب له السعادة والغبطة والارتياح ونعني به كل المواد التي يقتنيها الطبقة الارستقراطية المرفهة وهذا ما يجلب له السعادة والغبطة والارتياح ونعني به كل المواد التي يقتنيها الفرد من اجل الاستعمال الفردي والظاهر مثل: الأثاث الفخر والسيارات واللباس ومواد التجميل ... الخ .¹

6: الدراسات السابقة :

1. دراسة (Roland Barthes) بعنوان: أسلوب الموضة (Système 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 ترتكز على التمييز بين أسلوبين من التحليل: الأول من خلال اللباس الملموس والحقيقي والثاني من خلال صور اللباس 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، لكن الإشكال لماذا فرضت الموضة وجودها عبر كلمات ومعاني؟ ولماذا يكتب عليها بنوع من الأهمية وبأسلوب جذاب هذا دون اخذ بعين الاعتبار الصور المرافقة لهذه المواضيع حيث لها شبكة معاني معينة ؟ الكل يعلم تأثير الاقتصاد وسعي المجتمع الصناعي إلى خلق مستهلكين بدون وعي، وإذا كان منتجين وتجار اللباس لهم وعي تام بان اللباس لا يمكن تسويقه ولا يعاد إنتاجه إلا بعد وقت طويل من تعريفه والموضة ترتكز على زوال إحدى هذه الأسس، ولكي نعمل على فقد وعي المشتري يجب وضع الصورة أمامه كحجاب وإحياء حوله عرض له معاني وحقائق. وعلى هذا فالموضة ما هي إلا ضغوطات .

¹ دينكن ميتشيل، معجم علم الاجتماع. ترجمة(إحسان محمد الحسن)، بيروت: دار الطليعة، (ط 1981، 1 ، ص

2. دراسة الدكتور حاتم الكعبي بعنوان: التغيير الاجتماعي وحركات المودة .

هي دراسة سوسيولوجية احتوت الدراسة على خمسة فصول، تناول في الفصل الأول تعريف للمودة تاريخيا وعلاقتها بالعرف والتقاليد الاجتماعية والبدع، ونجد في الفصل الثاني مفاهيم العقل الجمعي والتقليد والإيحاء، واللاعقلانية والعاطفة ونظرية التوتر، والفصل الثالث تغير المودة من حيث الدوافع التي تؤدي إلى تتبع الموضة والعوامل المساعدة على ذلك، الفصل الرابع المودة والبنية الاجتماعية والنفوذ، والفصل الأخير حركات المودة أثارها ومصير التراث الاجتماعي.

3. دراسة الدكتورة عليّة عابدين: دراسة في علم النفس عن الملابس وأهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع

وموقف القران الكريم والحديث الشريف عن ضرورتها في الحياة اليومية كما درست علاقتها بمراحل النمو المختلفة واثر المركز الاجتماعي والاقتصادي على اختيار الإنسان لما يلبس، وتشرح تأثير القيم والعادات والتقاليد والقوانين على طرز الملابس والسلوك الملبسي.

4. دراسة نيل شهادة الماجستير بعنوان: ظاهرة الموضة (دراسة حالة اللباس النسوي) تقديم الطالبة

ولد موسى حسينة والإشراف للأستاذ مغربي سنة 1999 2000 . 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 الجلاب.

درست الظاهرة من زاوية التنشئة الاجتماعية حيث تم البحث حول الميكانيزمات المتحكمة في إتباع هذه الظاهرة (الموضة) والسلوكات المصاحبة لها وما علاقة هذه السلوكات بالتغيير 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 والميكانزات الأساسية لإتباع ظاهرة الموضة. وبهذا فان ضعف العملية التربوية والثقافية للآباء أدت إلى ظهور وانتشار موضة أخرى، ومما ساعد على هذا هو انتشار وتأثير وسائل الإعلام بمختلف أنواعها منها بالخصوص البرابول، هذا إضافة إلى تأثير المستوى المعيشي يتحكم في مدى تأثر الأفراد وإتباعهم لظاهرة. وتوصلت إلى أن: أغلبية المبحوثات لم يمارس عليهن ضغط خارجي مباشر على ارتداء نوع معين • من اللباس الأوروبي أو الحجاب أو الجلباب بل كان عن اقتناع شخصي، مع تأثير الأسرة والمجتمع بمختلف مؤسساته التي تكسبها أنماط وتوجهات معينة. المستويات المعيشية للأفراد تحدد نوعية اللباس ومن حيث مطابقته للموضة ومن • حيث جذوره الاجتماعية غربية أو شرقية ومن حيث سعره. الوسائل الإعلامية بمختلف أنواعها السمعية منها والمرئية أثرت على سلوكيات • وتصورات الأفراد كما تعتبر من الميكانزات الأساسية في عملية اختيار نوع اللباس.

وتبقى أن المسألة الثقافية بما في ذلك من عادات وتقاليد ومعتقدات دينية وعرفية • مهمشة بواسطة تهميش احد ابسط رموزها وهي اللباس أمام الغزو الثقافي الأجنبي من خلال وسائل الإعلام باسم الموضة والعصرية .

7: المدخل النظري للدراسة

التفاعلية الرمزية : نهتم في دراستنا للباس عند الطلبة الجامعين على المعاني والرموز التي يحملها ولهذا كانت نظرية التفاعلية الرمزية من أهم النظريات التي يمكننا الاعتماد عليها لأنها تركز على فهم التفاعل الرمزي لتفسير سلوك الأفراد فباندماجهم في المجتمع يتحولون إلى كائنات اجتماعية لأنهم يتعلمون ويتشكّلون في محيطه وباستخدامهم لعقولهم يشاركون في صنع المجتمع وتغييره. وتعتمد نظرية التفاعلية الرمزية على مقولة أساسية " أن الفرد عندما يأخذ ذاته في الاعتبار، عليه أن يأخذ الآخرين في اعتباره أيضا وان يتشرب أدوارهم "

واهتم جورج زيمل بأهمية فاعلية الشخصية في عملية التفاعل واللباس كأحد الأجزاء الظاهرة يعكس شخصية الفرد ويحمل معاني ورموز تمثل معتقدات وأعراف وعادات وتقاليد المجتمع الذي أنتجها، فحسب جورج هربرت ميد نكتسب المعاني والرموز من خلال عملية التفاعل وبهذا يستطيع الفاعلون تصور آراء الآخرين وهو ما يسمى بأخذ دور الآخر وتعتبر الذات محور هذا التفاعل واللباس كمرآة عاكسة لذات الفرد بها يمكننا تصور كيف نبذو بالنسبة للآخرين ثم تظهر مشاعرنا ومواقفنا الشخصية " التي يستوحىها الفرد من آراء وأحكام الآخرين ومواقف واتجاهات وتقويم وتصور المحيطين به والمتفاعلين معه " ويؤكد ميد بضرورة اخذ وجهة نظر الآخرين في الاعتبار واعتبار الآخر بمثابة معيار عام لتقويم أداء الذات والنظر إلى الذات نظرة موضوعية وهذا ما يعنيه مفهومه الآخر المعمم و يتحقق هذا من خلال التفاعل الرمزي الذي يراه هربرت بلومر أساس فهم التنظيم الاجتماعي و الذي يتألف من فرق مشاركة في عملية التفاعل وكل له دوره فهناك الطلبة، المدرسين، رجال الأعمال،... الخ واللباس يوضح دور الفرد ومكانته ومركزه

الاجتماعي وكل تربطه علاقات لها اتجاهات مختلفة حسب دوره وحسب تسلسله في السلم الاجتماعي. وقد شبه جوفمان الحياة الاجتماعية بمثابة الفرقة على خشبة المسرح حيث يسعى الممثل إلى إقناع الجمهور بالدور أو الشخصية التي يمثلها ونفس الشيء في حياتنا اليومية نسعى

إلى إقناع الآخرين بطبيعتنا الذاتية وذلك من خلال مظاهر وتعبيرات وترتيبات منها اللباس وما يحتويه من معاني ورموز تدل على سماتنا الشخصية وأدوارنا ومكانتنا الاجتماعية.

تجارية فإننا نجد الطلبة يتماثلون لهذه المعايير والقيم على أساس أنها أذواق شخصية وأحياناً أخرى على أساس أنها مفروضة من طرف المجتمع. يبين (Goffman) أن الأنا الفردية تقلد حسب ما يناسبها " لباس الشخص على حسب القيم يسمح للأخر بتقبله وتأييده " والمظهر يعبر عن قيم ومعايير المجتمع ويترجمها من خلال اللباس.

حسب علم النفس الاجتماعي يشرح فيبر التقسيم الطبقي على انه يرتكز على ثلاثة أسس: الاقتصادي بمعنى مكانة الفرد من حيث الاستهلاك، والاجتماعي فيما يخص مكانته في السلم الاجتماعي، والسياسي مكانته في السلطة أو الحكم، فبالنسبة له السوق بعملياته التوزيع والاستهلاك مؤشر لتحديد الطبقة الاجتماعية أما برسون بينيه على أساس التسلسل بين الأفراد مقارنة بعضهم ببعض من خلال قيم ومعايير المجتمع حسب ما يملك ويستهلك " قل لي ماذا تستهلك أقول لك من أنت " أما حسب بورديو نظام الطبقات الاجتماعية يرتكز على الرأسمال الثقافي والرمزي هذا الأخير الذي يعني اعتراف اجتماعي لفرد من فئة اجتماعية مقارنة بما لدى الآخرين من الرأسمال الاقتصادي والثقافي، تعرف الطبقة الاجتماعية بمعرفة المكانة الاجتماعية من خلال الممارسات والتاريخ التي تعود إليه بحيث كل طبقة تسعى إلى تبني أسلوب حياة الطبقة الأعلى منها ومن خلالها التميز عن الآخرين، في عادات الاستهلاك وطريقة اللباس... الخ حدد بورديو الطبقة المهيمنة بفئتين هم:

الأساتذة والإطارات الإدارية العليا، والمهن الحرة والصناعيين، الفئة الأولى تتميز بالرأسمال الثقافي والثانية باستهلاكها وذوقها الرفيع، أما الطبقات الشعبية تعرف بقلة مواردها المالية والثقافية تحرص على توفير الحاجيات الضرورية فقط. وهنا يجب التأكيد على أن الطبقة الاجتماعية ليست هي الدخل فقط، بل تحدد بمجموعة من العوامل تتمثل في المكانة الاجتماعية، والدخل والثروة، والسلوك الذي له علاقة كبيرة بالمهنة والتعليم و أصل العائلة، واللباس مرتبط أساساً بكل هذه

المحددات التي تميز الطبقة الاجتماعية وهو في نفس الوقت محدد لها، لما تتوفر عليه هذه الطبقة من إمكانيات اقتصادية وثقافية.

8 : مجالات الدراسة :

المجال الجغرافي :

تم إجراء هذا البحث في جامعة ورقلة وبشكل أدق في كلية العلوم الاجتماعية وهذا يرجع إلى أن ظاهرة الاهتمام باللباس كانت منتشرة مع الطلبة الجامعيين أكثر من غيرهم وتم اختيارنا لهذه الجامعة نظرا إلى التنوع الذي تحتوي عليه الملحقة من حيث التخصصات حيث تحتوي على معاهد منها معهد اللغات الأجنبية وعلم الاجتماع وعلم النفس والفلسفة ومن حيث أصول الطلبة العرقية والثقافية منها والجغرافية هذا إضافة لاقتربنا منها بصفتنا طلبة ندرس بنفس الجامعة حيث هذا سهل علينا الاتصال والتردد عليها بصفة دائمة، إضافة إلى أن إمكانياتنا المادية وضيق الوقت لا يسمح لنا بتنقل لجامعات أخرى،

فقمنا بالاتصال بمسؤولي الإدارة من أجل جمع الإحصائيات حول الطلبة من أجل معرفة نسبة الذكور ونسبة الإناث في كل تخصص وأخذنا نسبة من كل تخصص وهذا من أجل المقارنة بين التخصصات لمعرفة عوامل انتشار الظاهرة حتى تكون دراستنا وافية وشاملة تقريبا لكل الملحقة (كلية العلوم الاجتماعية والانسانية ومعهد اللغة الفرنسية واللغة الانجليزية) بورقلة .

المجال البشري :

تمثل في طلبة جامعة ورقلة ، تحتوي على فئات اجتماعية ذات أصول طبقية وثقافية وعرقية مختلفة وفدوا من الجهات الأربعة للوطن ، تم اختيار التخصصات التالية: طلبة اللغة الفرنسية، الانجليزية، علم الاجتماع، علم النفس، فلسفة ، وذلك لدرجة التباين بين كل تخصص وآخر، وأخذنا نسبة من كل تخصص لمقارنة مدى انتشار الظاهرة والعوامل المتحكمة فيها وهذا من أجل الوصول إلى نتائج موضوعية وقد تم اختيارنا للطلبة الجامعيين لأننا لاحظنا أن ظاهرة الاهتمام باللباس جد منتشرة لديهم مقارنة بفئات أخرى من الشباب رغم أنهم لا يتوفرون على الإمكانيات

المادية الخاصة بهم بحكم أنهم لم يدخلوا بعد في عالم الشغل إلا أن النفقات كانت كبيرة وهذا ما شد انتباهنا لهذا الموضوع .

9 : المنهج المعتمد في الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة الي الدراسات الوصفية والتي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة او موقف او مجموعة من الناس او مجموعة من الاحداث او الاوضاع وذلك للحصول علي معلومات كافية ودقيقة عنها حول الدخول في اسبابها او التحكم فيها .¹

يهتم هذا المنهج بوصف ما هو كائن ويشرحه من خلال تكرار الظاهرة وحدودها وخصائص المبحوثين ومعرفة اتجاهاتهم ومعتقداتهم بحيث لا يكتفي هذا المنهج بالوصف الخارجي للظاهرة بل يتعداها إلى تفسيرها، من خلال الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة والنتائج المترتبة عنها، فمهمة الوصف قاصرة على كشف الدلالات الملاحظة في المعطيات الحسية، بينما التفسير أعمق لأنه يقوم بكشف الدلالات الأعمق خلال المعالجة العقلية لتلك المعطيات بفضل الاقتراب الكمي الذي يعتمد على تقنيات إنتاج الرقم والتحليل الإحصائي.²

ان هذه الدراسة تتمحور حول ظاهرة الاهتمام باللباس لدي الطلبة من خلالها نريد التعرف علي الدوافع الحقيقية الذاتية منها و الاجتماعية التي تدعو الطالب الجامعي للهتمام باللباس والمظهر بصفة عامة وعليه فإن استخدام المنهج الوصفي من هذه الدراسة كان بغرض كشف ووصف الدوافع التي تدعو الطالب للاهتمام باللباس .

¹ السيد احمد مصطفى عمر : البحث الاعلامي : مفهومه واجراءاته ومناهجه ، ط 1 ، منشورات جامعة ، قارينوس ،بنغازي ، 1994 ، ص 110

² رجاء وحيد الدويري ، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسة العلمية ، ط1 ، دار الفكر ، دمشق ، 2000 ، ص 180

10: عينة الدراسة

نظرا لإمكاناتنا المادية وقلة الوقت لإجراء دراسة شاملة على مجتمع البحث كان لزاما علينا تحديد مجتمع البحث من اجل الحصول على عينة ممثلة.

العينة : مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية او الميدانية ويجب ان تكون ممثلة تمثيلا صادقا و متكافئا مع المجتمع الاصلي ويمكن تعميم نتائجها .¹

وحتى نصل إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية وهذا من خلال اكتشاف دوافع الاهتمام باللباس لدي الطلبة ولهذا تم اختيار العينة الحصصية التي تتلاءم مع طبيعة وأهداف الدراسة ، حيث برهنت العينة الحصصية في دراسات عديدة عن فعاليتها وسهولة استعمالها فهي تستخدم كبديل للعينات الاحتمالية وتشبه في ظاهرها العينة الطبقية إلا أن هذه الأخيرة تستعمل السحب عن طريق القرعة عكس الحصصية التي تستعمل طريقة الفرز الموجه في اختيار وحدات البحث وتقدر العينة بـ 50 طالب جامعي من الذكور والاناث ويتوزعون حسب التخصصات التالية : علم الاجتماع 21 طالب و علم النفس 11 طالب و الانجليزية 8 طلاب و فرنسية 5 وفلسفة 5 .

11: ادوات جمع البيانات :

تعتبر ادوات جمع البيانات من اهم الوسائل التي يتم من خلالها الحصول علي معلومات وحقائق علمية متعلقة بظاهرة ما تختلف هذه الادوات حسب الموضوع المدروس كما انها ترتبط بصورة او بالمنهج المستخدم كذلك فهي تستدعي الدقة في الاختبار وبالتالي فإن دراستنا تفرض علينا الاعتماد علي بعض الادوات المنهجية الضرورية لتساهم في نجاح الدراسة لذلك اعتمدنا في جميع بيانات الدراسة الميدانية علي الاستبيان وهذا لتغطية مجال واسع نسبيا ولجمع اكبر قدر ممكن من المعطيات حول عينة اكبر ومتنوعة من حيث السنة الدراسية والتخصص الأصل الجغرافي والمستوى المهني والمعيشي لوالدين...الخ ويعرّف عبد الله الهمالي الاستمارة بأنها: " مجموعة من الأسئلة المقننة وتوجه إلى المبحوثين من اجل الحصول على بيانات ومعلومات حول قضية أو

¹ نفس المرجع

موقف أو اتجاه معين" ¹ ونظرا للمستوى العلمي للمبحوثين فقد اعتمدنا استمارة الملء الذاتي " اي إعطاء نسخة لكل مخبر يقوم هو نفسه بملئها " ²

بنيت وقسمت الاستمارة إلى خمسة محاور حسب الفرضيات المعتمدة في البحث واشتملت على 24 سؤال حول موضوع اللباس المحور الأول اشتمل أسئلة على الفرضية الأولى التي تدور حول اللباس من اجل لفت وإعجاب الآخرين، والمحور الثاني أسئلة حول وسائل الإعلام والمحور الثالث الموضة اللباسية المحور الرابع أسئلة حول الإمكانيات المادية والمعلومات الشخصية والتي تمثلت في 5 اسئلة حول الجنس والسن والتخصص والمستوي المعيشي و التنظيم العائلي ولقد اعتمدنا علي الاستمارة الالكترونية حيث تم توزيعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

12 : حدود الدراسة

الحدود الزمنية : الفترة الزمنية التي استغرقت فيها القيام بالعملية جمع البيانات في الجانب الميداني لهذه الدراسة في العام الدراسي 2019 - 2020 فكانت ايام 29 / 08 / 2020 و 30 / 08 / 2020 و 31 / 08 / 2020 حيث تم الاجابة علي الاستمارة الالكترونية من طرف الطلاب

الحدود البشرية تتمثل في عينة قدرها 50 طالب من طلبة جامعة ورقلة ويدرسون في خمس تخصصات، تخصص الفرنسية والانجليزية والفلسفة وعلم النفس وعلم الاجتماع .

¹ عبد الله عامر الهمالي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي. 1988 ، ص88
² موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية). ترجمة(بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون)، إشراف ومراجعة مصطفى ماضي، الجزائر: دار القصبة، 2004 ، ص 206

خلاصة :

تطرقن في هذا الفصل الي مختلف الخطوات المنهجية التي يجب توفرها في البحث العلمي والواجب اتباعها في هذه الدراسة من اشكالية وكذا الاهمية والاهداف وتحديد المفاهيم والدراسات السابقة كما تعرضنا الي المنهج المتبع فيها والذي يتمثل في المنهج الوصفي اما الادوات جمع البيانات فقد كانت عبارة عن استبيان يحتوي علي 24 سؤال اما في ما يخص العينة حجمها فقد كانت حصصية مقدرة ب 50 طالب وبعد ان حدد ميدان الدراسة بجامعة ورقلة .

الفصل الثاني

اللباس

تمهيد:

المبحث الأول: تعريفه اللباس.

المبحث الثاني: دوافع اقتناء اللباس.

المبحث الثالث: اللباس التقليدي الجزائري.

المبحث الرابع: اللباس العصري عند الشباب الجامعي.

المبحث الخامس: مصدر شراء اللباس.

خلاصة

تمهيد :

لقد ارتبط وجود الملابس بوجود الإنسان، فلجأ الإنسان إلى ستر عورت بأوراق الشجر ثم جلود الحيوانات بعدها عرف طرق الغزل والنسيج، وانتقل اللباس من لباس بسيط له وظيفة وقائية يحمي الجسم من حر الصيف وبرد الشتاء وأخر أخلاقية يقوم بسترة العورة من أعين الناس، إلى الوظيفية التزينية والتجميلية أما الآخرين، وعليه اختلف من منطقة لأخرى ومن مجتمع لأخر حسب الظروف البيئية والجغرافية وحسب المعتقدات والتقاليد المتوارثة، وهنا خضع اللباس لعوامل نفسية واجتماعية واقتصادية وثقافية دينية، وظهرت الموضة اللباسية التي كانت مرتبطة بفئات معينة من المجتمع مثل الطبقات الحاكمة والبورجوازية لما تتمتع به من إمكانيات اقتصادية ومالية، لتنتشر بعدها لباقي فئات المجتمع خاصة فئات الشباب لما تتميز به هذه الموضة من استجابة لمتطلبات هذه الفئة من حب الظهور والتغيير والتجديد وبهذا أيضا ظهر تخصيص اللباس فمنه الرياضي، المهني، الشبابي،...الخ.

1 : تعريف اللباس :

" الأزياء في تعريف علماء اللغة تعني هوية الشعب. واللباس يختلف من شخص إلى آخر ومن طبقة إلى أخرى في المجتمع، ومن منطقة إلى منطقة ومن بلد إلى بلد، تتحكم فيه العوامل الجوية والبيئية والجغرافية والاجتماعية والتاريخية والاقتصادية والنفسية والدينية والسياسية في كل مكان " .

1

" تعتبر الملابس من أهم المستلزمات والضروريات الشخصية اليومية، وفي نفس الوقت تؤثر في النشاط الاجتماعي، ولذلك فهي راسخة وقوية في الحياة الاجتماعية والثقافية في أي عصر، ولكن طرز الملابس التي نرتديها والاختيارات الملبسية التي نحددها هي أولاً وقبل كل شيء محددة ومقيدة بنوع المجتمع الذي نعيش فيه " .²

اللباس: بمعنى الثياب أو الرداء، هو كل ما يستر ويحمي ويتزين به جسم الإنسان وتختلف استعمالاته باختلاف الأفراد و المجتمعات ويتمثل كاستجابة لمتطلبات بيئية و نفسية واجتماعية و تتحكم في عوامل ثقافية واقتصادية.

2 : دوافع اقتناء الملابس :

يعتبر اللباس من الظواهر الاجتماعية المسيرة للفرد مدى حياته وله أهمية بالغة تعددت بتعدد وظائفه واختلفت دوافع اقتنائه منها البيئية والتاريخية ومنها النفسية والاجتماعية ومنها الثقافية والاقتصادية :

أ : حماية الجسم : تلعب الأحوال الجوية دوراً في اختيار الفرد للملابس الملائمة التي تحمي جسمه من حرارة الصيف أو برد الشتاء، وهي حاجة فطرية في الإنسان منذ أن خلق تطورت هذه الحاجة مع مرور الوقت وعدلت على حسب ما يتناسب مع حاجة الإنسان، ولهذا نجد النسيج المستعمل في الملابس الصيفية ليس نفسه النسيج المستعمل في الملابس الشتوية، كما

¹ ثريا نصر ، تاريخ ازياء الشعوب ، عالم الكتاب ، 1998 ، ص 13

² عليا عابدين ، دراسات سيكولوجية الملابس ، مدينة نصر ، دار الفكر العربي ، ط1 ، 1996 ، ص 43

أن عادات اللباس تختلف في المناطق الحارة عنها في المناطق الباردة، فالمناطق الحارة تستعمل كثيرا الحرير والملابس الخفيفة عكسها نجد سكان المناطق الباردة تركز في صناعتها على الصوف والجلود والقطن... الخ، حتى استعمال الألوان يختلف حسب الفصول وهذا ما يمتد إلى غرس ثقافة اللباس و الصناعة وثقافة الزراعة التي تتناسب مع تلك المنطقة و عاداتهم اللباسية. ولا تقتصر حماية الجسم على الحرارة والبرودة فقط بل امتدت إلى حمايته من المواد الأفراد من بعض الأمراض والتي تسببها تلك المواد.¹

ب : الاحتشام : تولدت الحاجة إلى الاحتشام منذ خلق الإنسان، ولهذا نجد الاحتشام موجود حتى عند القبائل البدائية، بدءا من تغطية الجسم بورق الشجر ثم جلود الحيوانات ثم بعدها اللباس، كما أن كل الأديان السماوية ركزت على سترة الإنسان لبعض أعضائه لقوله تعالى : ﴿ يا بني ادم قد أنزلنا عليكم لباسا يواري سوءاتكم وريشا ولباس التقوى ذلك خير ذلك من آيات الله لعلهم يذكرون ﴾، و هو عامل أيضا تتحكم فيه تقاليد وعادات المجتمع وعليه فالاحتشام يختلف من مجتمع إلى آخر. ولهذا نجد دائما الموضة تتصارع مع العادات والتقاليد حيث ترفض في أول الأمر لما تتميز به في غالب الأحيان من كشف للجسم لكن بعد انتشارها يتعو الناس عليها.

ت : التزين : وهذا من خلال ارتداء ملابس تكون بالنسبة لذلك المجتمع جميلة، اعتمادا على الألوان القماش، وعليه تختلف المجتمعات في طريقة التزين باختلاف ثقافتها، كما أن التطور ليس نفسه في كل المجتمعات حيث تساهم الاكتشافات والإبداعات في خلق مواد وطرق جديدة لتزين، وهو ما يطلق عليه اللباس العصري أو الموضة...، وهذا كله من أجل الظهور أمام الآخرين أكثر جمالا. وتتحكم في هذا المكانة الاقتصادية والاجتماعية للفرد و حتى التزين ليس نفسه بالنسبة للمرأة أو الرجل، ولهذا نجد لباس الحفلات ليس نفسه لباس الخروج وليس نفسه لباس النوم أو الراحة.

¹ نفس المرجع ، ص 155

ث : لفت انتباه الآخرين : يعد اللباس و المظهر من أهم الوسائل التي يستعملها الفرد من اجل لفت انتباه الآخرين، وهذا خاصة عند فئة الشباب و المراهقين وما تتميز به هذه الفئة من حب الظهور والتطلع، كما أ المظهر هو أول ما يحكم عليه من طرف الآخرين " إن ما يرتديه الفرد من ملابس يعبر عن مستواه الاجتماع و وظيفته أو نوع عمله، كما أن المركز الاجتماعي و الوظيفي يحتم عليه مظهرا معيناً " وعليه فالفرد يعمل دائما عن البحث في أسباب القبول الاجتماعي، وهذا ما قاله الطلبة: (يا خويا لي ما يلبسش دورك يحقروه، يقيموك على حساب واش راك لابس).

ج : مسايرة الموضة : يتغير ويتنوع اللباس من وقت لآخر ومن جيل لآخر و هذا التجديد هو ما يطلق عليه الموضة، و الشباب هم الفئة الأكثر إقبالا عليها خاصة الطلبة الجامعين حيث اتسعت دائرة معارفهم وعلاقاتهم الاجتماعية، لما تستعمله من أساليب تعمل على جلبهم و التأثير فيهم ، مثل وسائل الإعلام و الإشهار (التلفزيون، الهوائيات ، ...) وما تحويه من برامج غنائية وحصص ترفيهية تتماشى مع أذواق الشباب ، ضف إلى هذا أن الفرد بطبيعته يميل إلى ما هو جديد.¹

ح : تحقيق الذات : للملابس تأثير قوي على نفسية الفرد، وبهذا يعمل الفرد على تحقيق ذاته من خلالها، فلكل فرد له تصورات و قدرات تسمح له ببناء الصور التي كونها على نفسه والتي يطمح إلى تحقيقها في الواقع والتعبير عليها من خلال اللباس، حيث يعمل على أن يكون متميزا عن الآخرين وذلك بالظهور دائما في صورة جميلة باختياره اللباس المناسب ومن خلاله إخفاء عيوبه ونقائصه، خاصة عند فئة المراهقين لأنهم يعملون دائما من اجل خلق مكانة جديدة خاصة بهم غير التي كانوا عليها في مرحلة الطفولة حيث يشعرون بالانفصال والاستقلالية أكثر. إلا انه غالبا ما يخطأ بعض الباحثين حين القول أن تحقيق الذات تكون من خلال التمسك بالقديم أو اللباس التقليدي، فهناك من يحقق ذاته من خلال ارتداء لباس العمل مثل الطبيب، أو من خلال إتباع آخر صيحات الموضة، أو من خلال الحفاظ على اللباس التقليدي أو البسيط، لان الذات تنمو وتتأثر بالبيئة الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية.

¹ علية عابدين ، مرجع سابق ، ص 159

خ : التكيف مع الآخرين : ونجد هذا خاصة عند الشباب حيث يقوم بتقليد الآخرين بدءا من العائلة ثم الأصدقاء وصولا إلى نجوم السينما والغناء... الخ وهذا تعبيراً على الانتماء للمجموعة التي اختارها وهو ما يعبر عنه الشباب بالموضة ويحدث هذا من خلال التفاعل بين الأفراد وبين المجتمعات، بوسائل عدة منها وسائل الإعلام والاتصال التي تعمل على التبادل الثقافي مثل التلفزيون، الهوائيات... الخ ويساعد الانتماء على الثقة بالنفس والاندماج مع الآخرين، وهي إحدى وظائف اللباس قديماً، حيث كان يعرف الشخص وتعرف المنطقة التي ينتمي إليها من خلال ما يرتديه من ملابس، فكان لباس الأشخاص تقريبا موحدا وكل منطقة لها لباسها الذي

يميزها عن المناطق الأخرى، عكس ما هو موجود اليوم حيث العالم أصبح قرية صغيرة فتعددت النماذج المتبعة وتعددت الاختيارات بحيث نجد في مجتمع واحد وبل في عائلة واحدة هناك من يتبع الأسلوب الأمريكي، ومن يتبع الأسلوب الأوروبي، ومن يتبع الأسلوب الشرقي.¹

د : الدافع الديني: كل الأديان السماوية تدعو الإنسان إلى الحياء والستر خاصة أمام الآخرين وهذا ابتداء من عهد الطفولة، والدين الإسلامي يدعو إلى سترة الجسد سواء عند المرأة أو الرجل وسواء مع الأجانب أو المحارم وهذا لما له من منافع للناس فالدين الإسلامي جمع بين كل فوائد اللباس دون الاستغناء على أحدها ونجد منها: المنفعة النفسية حيث أن الإنسان كائن عاقل بالتالي لا يمكنه أن يكون مرتاحاً نفسياً وهو بدون اللباس أمام الآخرين وأمام عائلته، والجسدية تتمثل في حماية الجسم من حرارة الشمس وبرودة الطقس وما يترتب عنها من أمراض، الجمالية والاخلاقية وهي الزينة حيث اللباس يضفي على الجسم الجمال والطهارة والأخلاق وبالعكس العراء يضفي على الجسم القبح والخبث والتوحش.²

¹ نفس المرجع السابق
² عليّة عابدين ، مرجع سابق

3 : الملابس التقليدية الجزائرية:

تتميز الألبسة التقليدية بتنوع أشكالها وألوانها فهي تختلف من بلد إلى آخر ومن منطقة إلى أخرى، والزي أو اللباس التقليدي يعكس ثقافة و هوية المجتمع و هذا بقول علماء اللغة " الأزياء تعني الهوية المميزة للشعب " و من أهم ما يميز اللباس التقليدي الجزائري:

1. **البرنس:** هو عبارة عن لباس خارجي يستعمل عند الرجال عادة، وتتشرك في كلمة برنس

معظم الدول المغاربية مثل الجزائر وتونس وليبيا، ولا تزال هذه التسمية إلى يومنا هذا في الجزائر وهو ما يعبر عنه باللغة العامية برنوس، ولا يزال أيضا يستعمل إلى يومنا هذا خاصة في المناسبات سواء من طرف النساء أو الرجال. ويقول ابن خلدون " انه عندما كان يدرس في القاهرة كان يرتدي البرنس دائما و كان المصريون يلقبونه بالمغربي " والبرنس في شكله العام هو عبارة عن رداء ثقيل منسوج من الصوف أو الوبر بدون أكمام مربوط في الرقبة وينسدل باتساع وينتهي بشريبات من الصوف أو الحرير وكانت أشهر الألوان المستعملة هي اللون الأبيض واللون الأسود.

2. **الحايك:** وهو لباس نسوي، عبارة عن قطعة قماش كبيرة منسوجة من الصوف أو الحرير بطريقة يدوية في أول الأمر ثم أدخلت في صناعته الآلة، غالبا ما يكون مستطيل الشكل حيث يتراوح طوله ما بين اثنين إلى ثلاثة أمتار و عرضه ما بين متر إلى متر و نصف ويكون عادة ذات اللون الأبيض و يستعمل عند الخروج كسترة للمرأة، ولباس للعروس عند زفافها.¹

3. **الجلابة (djellabah) :** وهي عبارة عن قميص طويل لها أكمام تلبس عادة من طرف الرجال كما تلبس من طرف النساء لكن بشكل آخر مغاير في مادة صنعها وتزينها.

4. **الشاش:** وهي من أهم الأغذية التي يغطي بها الرأس عند الرجال خاصة. سواء للشباب أو الشيوخ عكس ما نراه اليوم حيث لا يزال متواجد عند الشيوخ فقط.

5. **العراقية:** وهي نوع آخر من أغذية الرأس تستعمل عادة تحت الشاش.

¹ ثريا نصر ، مرجع سابق ، ص 135

6. الشاشية: غطاء للرأس كذلك مصنوعة عادة من الصوف تستعمل في وقت الشتاء.

4 : اللباس العصري عند الشباب الجامعي الجزائري:

الملابس ملازمة للفرد مدى حياته، لكن تكون محل الاهتمام أكثر عند الشباب لما تتميز به هذه المرحلة من النشاط والاندفاع وحب الظهور وحب في التغيير والتجديد، وهذا ما جعل أذواق الشباب تتنوع، بتنوع السلع المعروضة و بتنوع التيارات فهناك من تأثر بالألبسة الأوروبية خاصة منها الفرنسية والايطالية و الانجليزية...الخ ومنهم من تأثر بالألبسة الأمريكية خاصة منها الولايات المتحدة الأمريكية وأشهر هذه الألبسة نجد (hip hop) لخ ومنهم من تأثر باللباس .. الشرقي خاصة عند الفتيات وهو عادة الحجاب وعند الذكور منهم الملتزمين ومن هذه الألبسة نجد القميص ، ونجد هذا التنوع خاصة في الجامعة أين تلتقي فئات شبانية من مختلف المناطق حاملة لثقافات مختلفة، إضافة إلى أن الجامعة تعتبر فضاء لها جانب من الحرية مقارنة بالثانوية وهو عالم جديد بالنسبة لطلبة الجدد، و لان المظهر واللباس أول شيء يلاحظ و يحكم عليه بالنسبة لأغلبية الناس إذن يكون الاعتناء به من الأولويات، أولا حتى يحصل الطالب على تحقيق توازنه النفسي وعلى القبول الاجتماعي ثم خلق مكانة اجتماعية بين الطلبة و حتى بين الأساتذة¹.

أهم الملابس التي يرتدها الشباب: ما يميز أكثر لباس الشباب الجزائري الجامعي هي الألبسة المساييرة للعصر أو الموضة وهذا لما تتميز به من التغيير و التجديد المستمرين وسرعة الانتشار في كل الأوساط الاجتماعية خاصة منهم الشباب ومنها نجد:

الجينز (Jeans) : وهو اللباس الأكثر انتشارا على مستوى العالم، ذات أصول أمريكية نسبة إلي (levi' straus) هذا الأخير ذات أصل يهودي ألماني الذي كان يعمل على نقل السلع الصغيرة استقر بالولايات المتحدة الأمريكية سنة 1847 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

¹ Colette guillemard: les mots du costume. Belin . 1991 Pp 55/56

لباس كل الطبقات لا يعرف السن ولا الجنس، يلبس سواء كالسروال (pantalon) أو (كالصدرية) (veste) و كثيرا ما يلبس على شكل بدله أو ما يطلق عليه، (un ensemble) ونجد الجينز الأكثر انتشارا ما يسمى بالجينز الأزرق (le blue jeans) وهناك في السنوات الأخيرة ظهور الجينز الممحي أو ما يعبر عنه بالعامية (الحايل) بمعنى (le jeans gommé) إلا أن هذا لا يمنع من تواجد ألوان أخرى مثل الأسود ... الخ .

(ب) السروال القصير (le panta-court) : 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 (le jeans) بمختلف أنواعه خاصة منه الممحي (gommé) واللون الغالب هو اللون الأزرق (le jeans bleu) أما بالنسبة للعلامات التجارية (les marques) فهي نفسها التي يحملها الجينز عامة. هناك أيضا المصنوعة بنفس المادة المصنوعة منها الألبسة الرياضية وحاملة لنفس العلامات التي تحملها الألبسة الرياضية مثل (Levi's) (Adidas) الخ .

(ت) البودي (le body) : وهي كلمة من أصل انجليزي والتي تعني بالفرنسية (justaucorps) 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, levi's , xs ,Alvaro , kiabi) الخ هناك أيضا اقمصة أو ما يسمى : (chemise , t-shirt , pull , shirt ou tricot) فهي ألبسة تتشابه وتختلف أحيانا في التسمية و الشكل و على 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 لشباب.¹

¹ نفس المرجع السابق

ث) **القبعة (Casquette)** : تتوعت أغطية الرأس بتتوع المجتمعات ودواعي و طرق وعادات استعمالها تعتبر من اللباس الذي يستعمل تارة للحماية وتارة لسترة وتارة للزينة والتميز بين مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية، فكانت بالنسبة للعرب كما يقول الدكتور احمد مطلوب " كانت العمامة موضع اهتمام القدماء والمحدثين، لأنها تمثل الزي العربي الإسلامي " ¹ أصلها أتى من الشاشية (bonnet) في القرن الخامس عشر وفي القرن التاسع عشر أعطيت لها أشكال مختلفة منها قبعة التجار، العمال، الأطفال، الصيد، السفر، الطيران " ². وأصبحت الآن تعبر عن رموز ومعاني منها الانتماء إلى فئة الشباب و... الخ .

ج)**المعطف (blouson)** : تتميز بتتوعها 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 blousons dorés) ونجده أيضا في الجلد الاصطناعي أو ما يسمى (le skaï) حيث يماثله سواء في الشكل أو اللون.

ح)**الصدرية أو (Veste)** : وهو لباس قصير ذات أقفال من الأمام يلبس في مكان المعطف فنجد الصدرية خاصة في مادة الجينز (veste en jeans) مع العلامات التجارية التي ذكرناها سابقا في هذه المادة ، كما نجد نوع آخر وهو ما يسمى (veston) وهو ما يلبس مع سروال عادة ما يكون من نفس القماش وبذلك نكون بذلة (un complet) أو ما نسميه (costume) في اللغة العامية.

خ) **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)

¹ احمد مطلوب ، معجم الملابس في لبنان العرب ، بيروت ، مكتبة لبنان الناشر ، ط1 ، 1995 ، ص 19
² Maurice Leloir, Dictionnaire du Costume et de ses Accessoires des Armes des Etoffes des Origines à Nos Jours. Paris : Ed SPADEM et Librairie Grund, 1992, p 64

(veston + un pantalon + gilet) أو ما يسمى (deux pièce ou trois pièce) يشكل من خلال أقمشة مختلفة منها الشتوية والصيفية وبألوان مختلفة منها الحرير الصوف القطن ولبس عادة بأحذية تسمى هي الأخرى بالكلاسيك إضافة إلى أقمصه وهو لباس لا يكاد يلاحظ على الطلبة إلا قليلا جدا لأنه لباس لأشخاص يعملون في أسلا معينة مثل الإدارة ... إضافة إلى هذا له سن معينة حسب ما ذكره الطلبة ، يبقى انه بالنسبة لطلبة هو لباس المناسبات خاصة مناسبات التخرج أو الحفلات العائلية أحيانا.

(د)الأحذية (les chaussures) : أغلبة الأحذية المرترية من طرف الطلبة هي: رياضية خاصة بما يسمى بالباسكات (les baskets) حيث أصبح منتشرا عالميا و ذات علامات تجارية مختلفة نجد منه : (Adidas, Reebok , Fila , Puma , Lacoste) إضافة إلى هذا فيذكر الطلبة أنها عملية جدا و ذو جودة عالية رغم غلاء أسعارها حيث تصل إلى 12000 دج ، فهي تلبس مع الألبسة الرياضية أو ألجينز فقط .

(د)الجلال (gel) : هي أكثر مواد التجميل استعمالا من طرف الشباب والمراهقين (un produit de beauté) يستعمل على الشعر من اجل المحافظة على التسريحة، كما يعطي لمعان للشعر، كثير الانتشار والاستعمال تقريبا من طرف أغلبية الطلبة، ويتواجد بأنواع و أسماء مختلفة و أغلبيته مستورد من الخارج .

(ذ)الهييب هوب (hip hop) :

وهو لباس أمريكي يحمل اسم فرقة أمريكية مختصة في غناء الراب (le rap) وصل إلى الجزائر من خلال هذا النوع من الفرق والغناء في الأول كان عبر الهوائيات ثم أصبح هذا النوع من الفرق و الغناء متواجدا في الجزائر، وانتشر بكثرة خاصة في المدن وفي أوساط شبانية، يتميز أكثر بأنه لباس واسع أو عريض نوعا ما في اغلبه جينز (des gilets et des blousons gonflés) كما يتميز هذا اللباس بألوان مختلفة رغم انه أحيانا يغلب عليه الأسود إضافة إلى المجوهرات

مثل الخاتم والعقد... الخ هذا إضافة إلى أحذية رياضية كما أن هذا النوع من اللباس تتماشى معه تسريحات شعر معينة ذات تسميات أمريكية .

5 : مصدر شراء اللباس :

يعتمد أغلبية الطلبة في شراء ملابسهم على إمكانياتهم الخاصة وهذا بواسطة ممارستهم لبعض الأعمال والنشاطات إلى جانب دراستهم، أو في العطل، والتي تتمثل في شراء بعض المواد وإعادة بيعها ومنها اللباس نفسه في بعض الأحيان والتي بها يتحصلون على مدخول يساعدهم في تلبية بعض الحاجيات من اللباس خاصة، هذا إلى جانب مساعدة العائلة والتي توافق أبناءها في هذا اللباس العصري والذي يقال عليه انه يتماشى مع وقتنا الحاضر رغم غلاءه و هذا أيضا إلى جانب المنحة المدرسية التي يتقاضاها الطالب والتي تنفق في غالب الأحيان في اللباس.

خلاصة :

يبقى أن اللباس موضع اهتمام كل الشعوب عبر كل الأزمان والأمكنة وتتنوع طرق النسيج والمادة المصنوعة منه كما اختلفت حالات استعمال هذه الألبسة " فمنها ما هو للرأس، ومنها ما هو للوجه، ومنها ما هو للجسم، ومنها ما هو للتوشح، ومنها ما هو للقدم، ومنها ما هو مخيط وقد سماه ابن منظور (المقطع) وهو من الثياب كل ما يفصل ويخاط كالقميص، والجبة، والسراويل، ومنها ما هو غير مخيط، وقد سماه ابن منظور (مالا يقطع) وهو من الثياب كل ما لا يخاط كالأردية، والأزر، والمطارف، والرباط، وكل ما لم يقطع، وإنما يتعطف به مرة، ويتلفع به أخرى " ¹ و يعتبر اللباس مادة علمية لا احد يستطيع أن ينكر أهميته وقيمه في فهم البناء الاجتماعي بحيث دراسته تجعلنا نلقي ضوء على الحياة الاجتماعية والاقتصادية للشعوب، وذلك باعتباره يترجم مدى تأثير الفرد بالعالم الخارجي، من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، و يحدد نوعية العلاقات السائدة بين الأفراد والجماعات من خلال التفاعل، ويبرز الفروق الشخصية بينهم بواسطة التمايز بالرموز والمعاني التي يحملها ومن خلال القيم والمعايير التي أنتجت اجتماعيا، ويعتبر من أهم المؤشرات على حضارة الأمة، حيث يقول ابن خلدون: " إنما تفصيل الثياب وتقديرها وإحامها بالخياطة للباس من مذاهب الحضارة وفنونها " ² وما زاد من القيمة الاجتماعية للباس هي الموضة التي أضفت عليه لمسات عصرية كما أعطته معاني و رموز فأصبح وسيلة لإثبات الهوية الفردية والتميز عن الآخرين.

¹ احمد مطلوب، مرجع سابق. ص 19.

² عبد الرحمان ابن خلدون، مرجع سابق. ص 306

الفصل الثالث

الموضة اللباسية

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الموضة اللباسية.

المبحث الثاني: التقاليد الاجتماعية و الموضة.

المبحث الثالث: خصائص وأسباب انتشار الموضة

المبحث الرابع: العمليات الاجتماعية للموضة.

المبحث الخامس: المجتمع الاستهلاكي والموضة.

المبحث السادس: الموضة و الأقتداء بالغرب.

المبحث السابع: القيم الاجتماعية والموضة.

المبحث الثامن: الشباب وظاهرة الموضة.

خلاصة

تمهيد:

تعتبر الموضة اللباسية موضوع دراسة لتخصصات كثيرة منها الصناعة والنسيج والتصميم والخياطة ومنها الاقتصاد والتسويق والاستهلاك والإعلام ومنها التاريخ وعلم النفس والاجتماع وحتى السيميولوجيا حالياً... الخ وتبقى أن الموضة ظاهرة أساساً اجتماعية لما لها من ضغط نفسي واجتماعي على الأفراد، ورغم الدراسات التي قدمت على الموضة من طرف كبار علماء الاجتماع تبقى أنها غير كافية، سوف نحاول في هذا الفصل تسليط الضوء على الموضة باعتبارها أداة لتعبير عن ثقافة الشباب ولتمييز بين الأفراد لما تحتويه من رموز مثل الانتماء الاجتماعي والثقافي والتعبير على المستوى المعيشي والاقتصادي وكوسيلة للفت إعجاب وانتباه الآخرين وكطريقة لتحقيق المساواة من خلال التقليد لسلوكيات الآخرين والتشبه بهم.

أولاً : تعريف الموضة:

الموضة هي ذلك التصميم الجيد المتغير من موسم لآخر 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 ذكراً أم أنثى ليكون ملائماً لطبيعة مجتمعه وتقاليد، وما يتطلبه العرف والدين وما يتلاءم مع طبيعته وعمله وشخصيته، فيرتدي الزي المناسب في السن المناسب والمكان المناسب.¹

هي الممارسات الجديدة التي تستسيغها الجماعة وتقبلها، فتنتشر بين كثير من . الأفراد، و الموضات عادات لا تتصف بالاستقرار والدوام، فهي في الغالب قصيرة الأجل سريعة الزوال، وبعد فنائها تتلوها موضات أخرى.²

هي ضرب من الحركات الاجتماعية التي أصبحت تلعب دوراً خطيراً 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.³

ومن هنا يتبين لنا أن الموضات عبارة عن عادات وتقاليد مستحدثة وغير ثابتة ممارسة من طرف الأفراد والجماعات مما يخلق أنماط سلوكية جديدة تؤثر في القيم والعادات الاجتماعية السائدة.

ثانياً : العادات والتقاليد الاجتماعية والموضة:

اختلف العلماء والباحثين في استعمال مفهوم العادات والتقاليد فهناك من يجمع بين العادات والتقاليد على أنهما مفهوم واحد وهناك من يميز بينهما بحيث يدرس العادات لوحدها والتقاليد لوحدها.

تعريف العادات: العادة الاجتماعية هي كل سلوك متكرر يكتسب اجتماعياً ويتعلم . اجتماعياً... ويرى ادوارد سايبير أن العادة الاجتماعية مصطلح يستعمل لدلالة على مجموع الأنماط السلوكية التي تحتفظ بها الجماعة وتترسمها تقليدياً (by tradition) وهذا يميزها عن النشاطات التي يقوم بها الفرد.⁴ فالعادات الاجتماعية بإجماع علماء الاجتماع هي الدعائم الأولى التي يقوم . التراث الثقافي في كل بيئة اجتماعية،... وهي الأصول الأولى التي استمدت منها النظم والقوانين مادتها، كما أنها القوى الموجهة لأعمال الأفراد وحياتهم .

¹ علية عابدين، مرجع سابق، ص 201

² فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية. بيروت : دار النهضة العربية لطباعة والنشر، ط 2 . 1980 ، ص 217

³ حاتم الكعبي، القيم والعادات الاجتماعية، دار الحدائث للطباعة والنشر، لبنان. ص 9

⁴ فوزية دياب، مرجع سابق، ص 106

أما التقاليد الاجتماعية فتعرف بأنها:

أنماط من السلوك تتضمن القيم الذاتية التي تعزز بها الجماعة، كما تتضمن . أنواعا من التفكير والتصورات والمعتقدات الخاصة بها والسائدة فيها والتي تنتقل بينها من الماضي إلى الحاضر إلى المستقبل.¹

اعتبر تارد التقليد بأنه الحقيقة الاجتماعية الجوهرية، ولهذه الحقيقة قوانين . تصف طبيعتها وأثارها وعليه فإن التغيير الاجتماعي إنما كان ممكن الحدوث لان الناس يقلدون ما هو جديد وكل ما هو بارز. والنتيجة فإن المجتمع لا يمكن أن يوجد من غير تقليد.²

والتقليد يهتم بمجمل التصرفات وأنماط السلوك التي تتجلى في مناسبات معينة اجتماعية كانت أو دينية وبمعنى اعم واشمل مناسبات شعبية، يتم التصرف إزاءها بمخزون ثقافي مستمد من تراث يؤمن بالتواصل بين الماضي والحاضر فيغتني بتراكمات تشكل بمجموعها تراث المستقبل.³

وتعني التقاليد بالنسبة للملابس تلك الأنماط والممارسات الملبسية التي تنتقل عبر الأجيال وتنشأ خلال فترات من الاستعمال الطويل، وقد فرق (Nystron) بين التقليد والموضة إن الناس في الموضة يحاكمون معاصريهم وفي التقليد يحاكمون آباءهم وسابقيهم.⁴

وعليه فالعادات الاجتماعية هي عبارة عن تكرار لسلوكات وممارسات لأفراد وجماعات داخل المجتمع ما إن تستقر وتنتشر وتحضى بقبول اجتماعي حتى يتمسكون بها وتتحول إلى تقليد اجتماعي، حيث تصبح أكثر رسوخا وبقاءا واشد تماسكا وهي عكس التحديث والتغيير، وتمارسها الجماعة أحيانا دون وعي منها والخروج عنها يعتبر خروج عن قواعد المجتمع وعليه فهناك تداخل كبير بين المفهومين، وتشترك في أنها تقوم بتنظيم الحياة الاجتماعية لأفراد وتضبط سلوكياتهم وتصرفاتهم وتلزم احترامها، ففي اللباس مثلا نلبس ما يتماشى وعادات مجتمعنا وأذواقه. وتنقسم العادات إلى تقليدية قديمة متوارثة عن طريق الأجداد بالطريقة العمودية وعادات مستحدثة مثل الموضات والتي تنتقل بالطريقة الأفقية أي من ثقافة لأخرى ومن مجتمع لأخر، وهناك عادات اجتماعية تمارس من طرف الجماعة مثل تنظيم حفلات الزواج والظهور بأزياء تقليدية إقامة بعض الطقوس والأعياد الدينية... الخ وأخرى فردية تمارس من طرف الأشخاص يتميز بها عن غيره كتسريحة شعره وطريقة أكله ونومه ولباسه والنشاطات الأخرى التي تبقى شخصية و يتصف بها لوحده، ولهذا لا يمكن اعتبارها عادات اجتماعية لكنها يمكن أن تتحول من عادات فردية إلى عادات تمارس من طرف الجماعات كالموضة اللباسية مثلا. ونميز بين نوعين من عادات اللباس هناك ما هو تقليدي وما هو عصري أو مساير للموضة على أن النوع الأول عبارة عن لباس متوارث عن أجيال سابقة مفروض على الأجيال الحالية والآتية وبالتالي تتميز

¹ فائزة أنور احمد شكري، القيم الأخلاقية بين الفلسفة والعلم . دار المعرفة الجامعية : 2002 ، ص 300

² علية عابدين ، مرجع سابق، ص129

³ عاطف عطية ، مرجع سابق، ص 29 .

⁴ علية عابدين ، مرجع سابق، ص 102

بالثبات والاستمرار وقلة الانتشار حيث يصبح خاص بمجتمع أو منطقة معينة ويميزها عن باقي المناطق الأخرى، على العكس تتميز الموضات بسرعة الانتشار والتقبل من طرف الناس وبالتالي فهي مؤقتة وعابرة إلا أن هناك من الموضات التي بقيت قائمة وتحولت إلى تقليد اجتماعي وذلك حسب ملائمتها مع الظروف البيئية والاجتماعية من عادات وتقاليد المنطقة، كما أن الموضة أصبحت أكثر انتشارا عند بعض الفئات الاجتماعية منها:

فئة الشباب لما تتميز به هذه الفئة من حركة وحب التغيير والتجديد، كما نجدها أكثر اهتماما بها عند فئات الطبقات العليا من المجتمع من بوجازيين ومثقفين لما لهم من إمكانيات اقتصادية وثقافية لتحقيق ذلك، كما تستهوي أكثر الأفراد الذين يتواجدون في المناطق الحضرية من المتواجدون في المناطق الريفية. والعكس بالنسبة للتقاليد الاجتماعية فتحافظ وتحرص عليها الطبقات الدنيا والوسطى لقلة إمكانياتها المادية وقلة علاقاتهم الاجتماعية كما تحافظ عليها فئة الكبار مثل الآباء والأجداد باعتبارهم محافظين على تراثهم وعلى هويتهم وتثبت عليها الجماعات الريفية أكثر لما تتميز به من بساطة الشكل وألوان طبيعية وصناعة يدوية.

ثالثا : خصائص وأسباب انتشار الموضة :

(أ) خصائصها :

- إن ما يميز أكثر الموضة هو التغيير والتجديد وعدم الاستقرار والثبات.
- سرعة انتشارها بين جميع فئات المجتمع خاصة لدى الفئات التي تتمتع بالنفوذ الاجتماعي والاقتصادي.
- ارتباطها بالمظاهر والكماليات مما يجعلها ملفتة أكثر للانتباه والإعجاب، وتتمتع بها الطبقات العليا من المجتمع.
- تنتقل أفقيا بين الأفراد والجماعات وتختلف درجة التأثير بها لما يتمتع به الفرد أو الجماعة من شهرة ومكانة اجتماعية واقتصادية.

(ب) أسباب انتشارها:

1. التطور الصناعي: لعب التطور العلمي والصناعي دور كبير في زيادة انتشار ظاهرة الموضة بين اغلب فئات المجتمع سواء من جانب إنتاج أجهزة متطورة تعمل على الدعاية والإعلام أو من خلال إدخال تقنيات جديدة جد متطورة في الصناعة والنسيج مما أدى إلى زيادة الإنتاج وتوفير السلع في الأسواق و بأسعار 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 لزاما 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 و اسيا 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 المباشرة أي ما يبث عبر الحصص والأفلام... الخ حيث تؤثر على حرية الفرد من خلال خلق الحاجات وعادات الاستهلاك وتوحيد أذواقهم.¹

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 تنوف على الإمكانيات المادية لإتباع آخر صيحات الموضة والتي تكون في الأول عادة ذات أنمان باهظة لتتقص بعدها بالتدريج وتتبنها 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 ومساير 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".²

¹ Jacques Guillou La Rue, Lieu de Sociabilité Rencontres de le Rue Publications de L'université de Rouen 1997 p 280

² Jacques Guillou, La Rue, Lieu de Sociabilité ? (Rencontres de le Rue). Publications de (1) L'université de Rouen : 1997, p 280

رابعاً : 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 علماً 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 كلياً، 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 والتمييز، 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 دائماً 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 اهتماماً 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 لطبقة معينة حيث أصبح الفرد يتبع الموضة لا لكي يتميز عن الطبقات الاجتماعية الأخرى فحسب بل ولأنه يتبع ما هو جديد ويعجبه ما هو عصري حيث وجد ذوقه ولتعبير عن فردانته " الجديد أصبح محرك عملية الموضة كل ما هو جديد جميل " و " الجديد يلفت انتباه الرجل العصري لا لشيء إلا لأنه جديد " عملية الموضة لا تتحرك حسب منطبق الطبقات أو فئة الجنس هي أيضاً فرصة لشباب لإيجاد مجال أكثر حيوية خاصة مع الملابس الجاهزة التي أعطت دفعاً للموضة.¹

3. الموضة كتحديد للهوية: إذا كان اللباس التقليدي يمثل هوية شعب أو الهوية الإجماعية 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 تمييزه عن الفئات الاجتماعية الأخرى.

¹ Michel De Coster, Sociologie de la Liberté. Paris : Bruxelles, De Boeck & Larcier S.A (1) P195 ،1996

4.الموضة كإتماء إلى فئة الشباب: أصبحنا اليوم لا نكاد نذكر الموضة دون أن ذكر فئة الشباب لأنها أكثر الفئات الاجتماعية تأثراً 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 واثبات الذات وهي كوسيلة لتعبير عن تميزهم عن باقي الفئات الاجتماعية الأخرى .

5.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 بعامّة الناس خاصة منهم الفنانين والسينمائيين والإطارات العليا... الخ الذين يبحثون عن الشهرة والقبول الاجتماعي.

6. الموضة تمثل التفتح علي ثقافة الآخر : 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 الآخر وبالتالي الاندماج معه. ونجد الفئات الأكثر تأثراً بهذا النوع من الاستهلاك الشباب.

7. الموضة كسبيل للحرية : 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 تمده الحرية في التغيير والتجديد وفي الاختيار حسب أذواقه وبهذا يعبر عن فردانيته ويصبح متميزا عن باقي الأفراد و يتفادى التقليد والتشبه بالآخرين.

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

خامسا : 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 لتمكين من زيادة الاستهلاك وقد كان لهذه الظاهرة آثار بعيدة على الاقتصاد كما أنها لها نتائج خطيرة على السلوك الاجتماعي بدأت تظهر في الفترة الأخيرة والموضة اللباسية هي احد المواد الأكثر استهلاكا فتعددت دوافع شراءها باختلاف القيم والمعايير المنتجة من طرف المجتمع الإنتاج يخلق الأهداف التي تخلق الأذواق، بدوره كون الشيء مرغوبا يتحول إلى ذوق جديد وحاجة تحت تأثير الآلة الاجتماعية فهناك من يشتري لغرض ضروري والحاجة و منهم 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 أحيانا والتشبه وتقليد الآخرين أحيانا أخرى ومن خلال هذا أفت 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 هذا 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.¹

والسلعة لا تموت بانقضاء تاريخ الاستهلاك بل بانقضاء شعبيتها، ومن خصائص المجتمع الحديث المجتمع الحديث على الطبقات العليا من المجتمع وتختلف درجة التأثير باختلاف الدخل هنا كان تفهمنا لواقعنا تفها يرتكز 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 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 والصورة للموضات الإشهارية.²

¹ حازم البيلوي . علم المستقبل علي ابواب عصر جديد . دار الشروق . ط2 . 1989 ص 64

² Mohamed Aziz Lahbabi, Le Monde de Le " Tiers-Monde Accuse Maroc Casablanca Ed Dar -El-Kitab 1980 P 79

سادسا : الموضة والاقْتداء 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 لتعبير على رغبتنا في الاختلاف، بالنسبة لنفس الطبقة الاجتماعية والمجتمع الذي ننتمي إليه 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 بالاقْتداء بالغالب في شعاره وزيه ونحلته وسائر أحواله وعوائده" فلما أصبح الجنس الذكري في الغرب يهتم بمظهره " حيث أن الرجال الآن في أوروبا يحاولون امتلاك بعض مظاهر الفتنة والجاذبية " وبمأن 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 " فالأزمة التي تواجه العالم المتخلف اليوم تتمثل في الاصطدام الهائل الذي وقع - وما زالت عجلته تدور- بين الثقافة الأصلية والى اليأس والعجز أحيانا أخرى.¹

¹ حازم البيلوي ، مرجع سابق ، ص 76 - 78

سابعاً : 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 مهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك " فتطورت القيمة المعطاة للباس وأنتجت حسب الظروف البيئية والتاريخية والاجتماعية والثقافية وحسب الإمكانيات المادية والاقتصادية للمجتمع فأول ما ظهر للباس 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 مركزاً لاهتمامه ويشعر بقيمتها فالأشياء في ذاتها ليست خيرة كما إنها ليست شريفة ولكن اهتمام الإنسان بها هو الذي يرفع قيمتها أو يخففها فإلى جانب دور اللباس في حماية الجسم وسترته وتزيينه، أصبح يعبر عن المركز الاقتصادي والمستوى المعيشي للفرد وانتفاء الاجتماعي.¹

وأصبح أيضاً 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 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 يهتمها... وتشمل التعاليم الدينية والمعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية والأحكام القانونية واللوائح والعرف والعادات والتقاليد وحتى الأزياء... الخ " " وهي أيضاً بمثابة مرشد تحدد سلوك الأفراد وهي تختلف باختلاف الثقافات والمجتمعات " ²

¹ فوزية دياب، مرجع سابق، ص 37

² عبد الحميد محمد الهاشمي، المرشد في علم النفس الاجتماعي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 1984، ص 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 .¹

ثامنا : الشباب وظاهرة الموضة:

الشباب الجزائري كمعظم شباب العالم اهتم بالموضة خاصة مع الانفتاح الاقتصادي والإعلامي الذي عرفته الجزائر منذ بداية التسعينات أين انضمت إلى المنظمة العالمية لتجارة، وأصبحت السوق الجزائرية تغزوها السلع الآسيوية والأوروبية خاصة في مجال اللباس هذا الأخير الذي يعرف حركية وتنوع وطلب من طرف الشباب علما انه غالبا ما تتصف السلع الآسيوية بالعلامات التجارية طبق الأصل للعلامات الأصلية الأوروبية (الفرنسية والانجليزية...) والأمريكية مثل: (puma, Alvaro, Adidas, Levi's, kiabi Reebok, Lacoste) حيث هذه الأخيرة تباع بأسعار جد مرتفعة في أصلها مقارنة بالسلع الآسيوية طبق الأصل التي تباع بأسعار معقولة في متناول اغلب الشباب منهم أصحاب الطبقات البسيطة والمتوسطة من المجتمع، فإلى جانب تأثير السوق هناك تأثير الدعاية والإعلام سواء المباشر منه أو غير المباشر خاصة ما يقدمه التلفزيون عبر القنوات الفضائية الأوروبية والأمريكية... الخ علما أن كل الشباب يتابع التلفزيون، فأصبح الإعلان والإشهار ليس وسيلة لإعلام المستهلكين بوجود السلعة فحسب بل لخلق حاجات وأذواق جديدة وتوحيدها وتوجيهها حسب الإنتاج، حيث أصبح نجوم الغناء والسينما وحتى الرياضة مقياس للأناقة والجمال وليس هذا فحسب بل وأصبحت بعض الألبسة تسمى بأسمائهم صف إلى هذا التهميش والاغتراب الذي يحس به الطالب الذي لا يساير هذا التغيير من طرف المجتمع خاصة من طرف الأصدقاء والزملاء، وعليه فإن التغيير الاقتصادي أدى إلى التغيير الاجتماعي والثقافي مما نتج عنه تغير في عادات وتقاليد الأفراد بما فيها القيم والمعايير الاجتماعية التي يتميز بها اللباس العصري أو المتعلق بالموضة التي تقاس بها مكانة الفرد وانتماءه الاجتماعي والثقافي فأصبح أغلبية الطلبة يلبسون على الطريقة الغربية التي تعبر عن التحضر والتقدم ومسيرة العصر والموضة وهذا من خلال اقتناء اللباس ذات الصنع الغربي والحامل لعلامات تجارية مشهورة والذي يرمز إلى فئة الشباب والتفتح الثقافي والتعبير عن مكانة الطالب الاجتماعية حيث يتميزون عن باقي الفئات الاجتماعية الأخرى هذا إضافة إلى تعبيره عن المستوى الاجتماعي والمعيشي للعائلة والطبقة الاجتماعية التي تنتمي إليها هذا فضلا عما تتميز

¹ هشام شرابي، مرجع سابق، ص 67

به الموضة من توسيع دائرة الحرية وإتاحة فرص الاختيار وإشباع كل الأذواق، وتختلف درجة التأثير لاختلاف المستويات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للفرد. لكن رغم هذا فالشباب وخاصة الطلبة أصبحوا يمارسون أكثر من عمل من أجل تلبية جميع أذواقهم من اللباس المسابير للموضة وهذا كله يؤدي إلى التقبل الاجتماعي والتميز في نفس الوقت بالمكانة والدور الاجتماعيين من خلال اللباس أو الموضة اللباسية.¹

¹ عبد الحميد محمد الهاشمي ، مرجع سابق ، ص 56

الخلاصة :

تعتبر الموضة اللباسية ظاهرة اجتماعية كثيرة الانتشار خاصة في المجتمعات المتحضرة لما لها من تقدم صناعي واقتصادي ولما تتطلبه الحياة العصرية في المدينة من حسن المظهر والأناقة، كما انتشرت أكثر بين الطبقات ذات المستويات الاقتصادية والثقافية من المجتمع وبين الأوساط الشبابية لما يتميزون به من حركة وحب الظهور أمام الآخرين هذا من خلال القيم والمعايير التي تم تمريرها نتيجة لعملية التنشئة الاجتماعية التي تقوم بها مؤسسات اجتماعية كوسائل الإعلام خاصة منها التلفزيون عبر الإشهار وما يلقاه من تدعيم من السوق ومن المنتجين وكبار التجار ومن أسرار نجاحها هو اهتمامها و تعبيرها عن فردانية الشخص من استقلال في اختياراته وحرية في قراراته وأذواقه، فإذا كانت التقاليد الشعبية في اللباس تمارس نوع من الضغط من خلال التمسك بالقديم وتقليد الأجداد فان الموضة تعطي هامش من الحرية من خلال التخلي عن القديم والمعتاد عليه والدعوة إلى التغيير والتجديد ومسايرة العصر وتقليد أحدث النماذج وعليه نصل إلى القول أن الألبسة التقليدية تمثل الهوية الجماعية بحيث الخروج عنها يعني الخروج عن الجماعة وفي المقابل الموضة تمثل هوية الفرد بحيث التخلف عنها يؤدي إلى الإقصاء والتهميش.

الجانب التطبيقي

تمهيد :

لكل دراسة علمية لابد من دراسة علمية تثبت تلك المعلومات النظرية وسوف نتطرق في هذا الفصل الي عرض البيانات مع تحليل النتائج التي توصلت اليها هاته الدراسة ومناقشة اهم نتائجها .

البيانات الشخصية

الجدول رقم 01 : توزيع الطلبة حسب الجنس

الجنس	تكرار	نسبة مئوية
ذكر	24	%48
انثى	26	%52
مجموع	50	%100

يوضح الجدول رقم (01) توزيع افراد العينة حسب الجنس حيث جاءت نسبة الاناث %52 في المرتبة الاولى بالمقابل نسبة الذكور %48 .

الجدول رقم 02 : توزيع الطلبة حسب السن

السن	تكرار	نسبة مئوية
25 - 20	24	%48
30 - 26	19	%30
35 - 31	7	%14
المجموع	50	% 100

يوضح الجدول رقم (02) توزيع افراد العينة حسب السن حيث جاءت في المرتبة الاولى الفئة العمرية (20 - 25) بنسبة 48 % وجاءت الفئة العمرية (26 - 30) في المرتبة الثانية بنسبة 30 % وتليها الفئة العمرية (31 - 35) بنسبة 14 % .

الجدول رقم 03 : توزيع الطلبة حسب التخصص

التخصص	التكرار	نسبة مئوية
إنجليزية	8	%16
فرنسية	5	%10
علم الاجتماع	21	%42
علم النفس	11	%22
فلسفة	5	%10
المجموع	50	%100

يوضح الجدول رقم (03) توزيع افراد العينة حسب التخصص حيث جاء في المرتبة الاولى تخصص علم الاجتماع بنسبة 42% تليها علم النفس بنسبة 22% تليها تخصص انجليزية بنسبة 16% ثم فرنسية وفلسفة متساويان بنسبة 10% لكل منهما .

الجدول رقم 04 : توزيع الطلبة حسب المستوي المعيشي

المستوي المعيشي	تكرار	نسبة مئوية
منخفض	10	20%
متوسط	33	66%
مرتفع	7	14%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا ان اغلبية الطلبة ذوي مستوي معيشي متوسط بنسبة 66% تليها مستوي معيشي منخفض بنسبة 20% ثم اخيرا مستوي معيشي مرتفع بنسبة 14% .

الجدول رقم 05 : توزيع الطلبة حسب التنظيم العائلي

التنظيم العائلي	تكرار	نسبة مئوية
نووية	26	52%
شبه نووية	9	18%
ممتدة	15	30%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا ان اغلبية الطلبة يعيشون في عائلات ذات التنظيم العائلي النووي وذلك بنسبة 52% يليها تنظيم عائلي ممتد بنسبة 30% ثم في المرتبة الاخيرة شبه نووي 18% .

الفرضية الاولى : اهتمام الطلبة باللباس من اجل لفت إعجاب وانتباه الآخرين.

الجدول رقم 06 : يبين رأي الطلبة في المثل حسب التخصص " كول واش يعجبك والبس واش يعجب الناس "

المجموع		احيانا يعملون به		معارض مع المثل		موافق مع المثل		الاجابة
						ن	ت	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	التخصص
								فرنسية
10%	5	2%	1	4%	2	4%	2	انجليزية
16%	8	2%	1	8%	4	6%	3	علم الاجتماع
42%	21	8%	4	18%	9	16%	8	علم النفس
10%	5	4%	2	2%	1	4%	2	فلسفة
22%	11	14%	7	4%	2	4%	2	المجموع
100%	50	30%	15	36%	18	34%	17	

من خلال الجدول يتبين لنا أن نسبة الطلبة الموافقين للمثل والمعارضون له من طلبة اللغة الفرنسية متعادلة بنسبة 40 % ، ثم يليها قسم علم الاجتماع بنسبة 42 % ممن يعارض المثل مقابل 38 % ممن يرفض المثل، ثم يليهم طلبة اللغة الانجليزية بنسبة 12% ضد المثل مقابل 14 % مع المثل، بعدها معهد علم الفلسفة بنسبة الطلبة ضد المثل ومع المثل متعادلة بـ 18% ثم قسم علم النفس بنسبة 40 % ممن يوافق المثل مقابل 20 % ممن يرفض المثل .

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة في اغلب التخصصات هم ضد المثل خاصة ينقص من حرية واستقلالية « لبس واش يعجب الناس » الشرط الثاني منه لان اختيارات الطلبة للباسهم ولأنواعهم الخاصة و التعبير عن ذاتهم، فالفرد غير مسالم للمجتمع بل له إستراتيجية فردية للمحافظة على مكانته الاجتماعية وتطويرها، هذا إضافة إلى تأثير التخصص على سلوك الطلبة وذلك من خلال تمرير الثقافة عن طريق المواضيع التي يعالجها و اللغة التي يدرس بها فمثلا نجد طلبة اللغات الأجنبية متأثرين بالثقافة الغربية، سواء الفرنسية أو الأمريكية أو الانجليزية... الخ، ويتضح هذا من تصوراتهم وسلوكياتهم و لباسهم واقتداءهم بالغرب .

فبالنسبة لطلبة علم النفس وقسم الفلسفة فتركيزنا يكون (« وسائر أحواله وعوائده أكثر على المواضيع والآثار التي تتركها في نفوس الطلبة مثل الاستقلالية والفردية والشخصية والحرية والثقة بالنفس... الخ كلها مواضيع تعمل على تنمية شخصية الطالب وطريقة تفكيره، هذا بدون غض النظر على الجانب التاريخي والاستعماري للجزائر وتبعيتها الثقافية لفرنسا و ما تركته هذه الأخيرة من نظم تعليمية وإدارية لا تزال سائرة المفعول إلى يومنا هذا.

وفي الأخير نقول أن رفض أغلبية الطلبة للمثل خاصة الشطر الأخير منه لا يتناقض مع اللباس من اجل لفت انتباه وإعجاب الآخرين، لان الفرد له هويته وهذه الأخيرة لها جانبين، الأول فردي والثاني اجتماعي، والعلاقة بين الجانبين هي علاقة تكاملية و ليست تصادمية بمعنى الطلبة يعتمدون على اختياراتهم و أذواقهم الخاصة و يترجمونها عن طريق اللباس ومن خلال هذا العمل على لفت انتباه الآخرين، بما يتناسب مع القيم والمعايير المنتشرة في المجتمع.

الجدول رقم 07 : يبين دوافع شراء اللباس لدى الطلبة

الدوافع	تكرار	نسبة مئوية
جلب الانتباه وإعجاب الآخرين	32	64%
حماية الجسم	8	16%
ستر عورة	10	20%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة يلبسون من اجل لفت انتباه الآخرين وهذا بنسبة 64 % ، ثم يأتي الدافع الثاني و هو ستر عورة بنسبة . 20 %، وأخيرا حماية الجسم بنسبة 16 % .

وهذا ما يؤدي بنا إلى القول بان أغلبية الطلبة يقومون بشراء اللباس من اجل لفت انتباه وإعجاب الآخرين وبالتالي الحفاظ على المظهر و الأناقة، وعليه فالوظيفتين الأساسيتين للباس و التي خلق من اجلهما و هي حماية وستر العورة الجسم تقلصت واختفت نوعا ما وظهرت بدلها أو تغلبت عليهما قيم ومعايير جديدة، حيث من خلال اللباس وشكله ولونه تحدد المكانة الاجتماعية والاقتصادية و الثقافية للفرد في المجتمع .

الجدول رقم 08 : يبين الأشخاص الذين يلبس الطلبة من اجلهم

الأشخاص	تكرار	النسبة المئوية
نفسى	25	50%
الآخرين	20	40%
نفسى والآخرين	5	10%
المجموع	50	188%

من خلال الجدول يتبين لنا أن ليس هناك فارق كبير بين الطلبة الذين يلبسون من اجل أنفسهم والطلبة الذين يلبسون من اجل الآخرين، وهذا ما نلاحظه حيث نجد نسبة 48 % من مجموع

الطالبة الذين يلبسون من اجل أنفسهم مقابل 42 % ممن يلبسون من اجل الآخرين و نجد 8% ممن يلبسون لأنفسهم والآخرين في نفس الوقت .

ومنه نستنتج أن لباس الطلبة من اجل أنفسهم هو من اجل التعبير على استقلاليتهم وحرية اختياراتهم و بالتالي الثقة أكثر بالنفس و إثبات الذات، خاصة مع المستوى العلمي و الثقافي الذي توصلوا إليه ولما للجامعة من مكانة رمزية، و نجد في المقابل الطلبة الذين يلبسون من اجل الآخرين مثل الأصدقاء ذكور وإناث، العائلة، والمحيط الخارجي بصفة عامة ، يعملون على تحقيق مكانة خاصة بهم في المجتمع .

الجدول رقم 09 : يبين علاقة استشارة الآخرين عند شراء الملابس وعلاقته بالتنظيم العائلي للأسرة .

المجموع		لا احد " نفسي "		العائلة والاصدقاء		استشارة الاخرين
ن	ت	ن	ت	ن	ت	التنظيم العائلي
50%	26	28%	14	24%	12	نووية
18%	9	0%	0	18%	9	شبه نووية
30%	15	8%	4	22%	11	ممتدة
100%	50	36%	18	64%	32	المجموع

من خلال الجدول يتبين لنا أن نسبة استشارة الطلبة للآخرين في التنظيم العائلي الممتدة هو 73% في المقابل ممن يعتمدون علي انفسهم 27 % أما في العائلة النووية فنجد 46% يستشيرون العائلة والاصدقاء في المقابل 54% يعتمدون علي انفسهم اما في التنظيم شبه النووي فنجد نسبة الطلبة الذين يعتمدون علي العائلة والاصدقاء 100 % .

وبهذا نستنتج أن عامل التنظيم الأسري له تأثير على آراء الطلبة بحيث نجد في الأسرة الشبه نووية والعائلة الممتدة الطلبة يعتمدون في اختياراتهم على الآخرين بما فيهم العائلة و الأصدقاء، وبالعكس نجد الطلبة التابعين لتنظيم الأسرة النووية يفضلون الاعتماد على أنفسهم و اختياراتهم الخاصة. وهذا يعني أن الأسرة الجزائرية أصبحت الآن في مرحلة التحول من أسرة تقليدية تتميز بكثرة أعداد أفرادها من جد وجدة وأعمام وأخوال في بعض الأحيان، ريفية غالبا ومنتجة حيث القرارات تأخذ من طرف الجد فقط وحين غيابه تحل محله الجدة أو الابن الأكبر إلى أسرة نووية صغيرة الحجم غالبا ما تسكن في المدينة تعتمد على الاستهلاك وتتميز بالحرية و الاستقلالية في اختيار طريقة العيش ونقصد بها مواصلة الدراسة مثلا واختيار الوظيفة والاختيار في الزواج وهذا بالنسبة للجنسين الإناث والذكور .

الجدول رقم 10 : يبين رأي العائلة في لباس ابنها وعلاقته بالمستوى المعيشي.

المجموع		احيانا غير راضية		غير راضية		راضية		رأي العائلة مستوي المعيشي
		ن	ت	ن	ت	ن	ت	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	منخفض
6	14%	0	0%	0	2%	6	10%	متوسط
37	74%	1	2%	1	2%	35	70%	مرتفع
7	12%	1	2%	2	4%	4	8%	المجموع
50	100%	2	4%	4	8%	44	88%	

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية العائلات راضية على لباس أبناءها وذلك بنسبة 100 % للعائلات ذات المستوى المنخفض و 94% بالنسبة للعائلات ذات مستوى متوسط و 57% للعائلات ذات المستوى المرتفع في المقابل نجد العائلات الغير راضية على لباس أبناءها و العائلات أحيانا غير راضية، نسبة 6 % للعائلات ذات المستوى المتوسط و 43 % بالنسبة لطلبة الذين ينتمون إلى العائلات ذات المستوى العالي.

ومنه نستنتج أن أغلبية العائلات راضية على لباس أبنائها فهذا دليل على التغيير الذي طرأ على المجتمع الجزائري و الأسرة الجزائرية بالخصوص، فبفعل التطور العلمي والتكنولوجي استقرت اغلب العائلات في المدن وتطورت هذه الأخيرة هي الأخرى و أصبحت العائلة أكثر استهلاكاً، وأصبحت مجالات العمل الإدارة والتجارة والصناعة بدلا من الفلاحة وبهذا تغيرت مستويات المعيشة بالنسبة للأسر وتغيرت مع هذا المعايير الاجتماعية التي يقاس بها الفرد وهذا ما أدى بالأسرة إلى الاهتمام بالاستهلاك المظهري خاصة منه اللباس، بغض النظر عن المستوى أو الطبقة الاجتماعية التي تنتمي إليها حيث جميع المستويات والطبقات الاجتماعية الثلاثة العليا والمتوسطة والدنيا راضية على لباس أبناءها و بالتالي فهي مهتمة أكثر بلباسه.

الجدول رقم 11 : يبين الأساس الذي عليه يختار الطلبة أصدقاءهم

اساس اختيار الاصدقاء	تكرار	نسبة مئوية
الاخلاق	26	52%
الحاجة	2	4%
المظهر	5	10%
الدين	9	18%
المستوي الدراسي	8	16%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة يختارون أصحابهم على أساس الأخلاق و هذا بنسبة 52 % ثم يأتي الطلبة الذين يختارون أصحابهم حسب الدين بنسبة 18 % ، ثم يأتي الطلبة الذين يختارون أصحابهم على أساس المستوى الدراسي بنسبة 16 % الأولى بالنسبة ، ثم يأتي الاختيار على أساس المظهر بنسبة 5% و أخيرا على أساس الحاجة بنسبة 2 % .

ومنه نستنتج أن معظم الطلبة يفضلون اختيار أصدقاءهم على أساس القيم الأخلاقية أو ما عبروا عنه بالمبادئ (العقلية) بالعامية، وهذا ما يولد الثقة والارتياح و دوام العشرة والصدقة بين الطرفين وتقارب الآراء وهذا أيضا ما نشأ عليه وتعلمه من خلال محيطه .

ومن فطرة الإنسان انه يميل إلى هذه القيم وهو ما توصلنا إليه من خلال هذا الجدول فقيم الحق والخير عبروا عنها الطلبة بالأخلاق وهم الأغلبية مثل الثقة والصدق والإخلاص...

استنتاج الفرضية الأولى:

من خلال الفرضية الأولى وبعد التحليل السوسولوجي، تم الوصول إلى أن من أهم الدوافع التي تؤدي بالطلبة الجامعين إلى زيادة الاهتمام باللباس هو لفت انتباه وإعجاب الآخرين وهو ما يسمح للفرد بتكوين صورة على نفسه من خلال اللباس وما يحمله من معاني ورموز، صورة يحتفظ بها لنفسه وأخرى يعطيها لآخرين بمأن اللباس هو أول ما يلاحظ على الشخص، هذه الصورة لها جانبين تعبر من جهة على الهوية الفردية والتي تميزه عن الآخرين من خلال حريته واستقلالية اختياراته وأذواقه و تحدد مكانته ودوره ومركزه الاجتماعي، ومن جهة أخرى تمثل الهوية الجماعية التي يعبر بها على انتماءه الاجتماعي ومستواه الاقتصادي والثقافي والتي تميزه عن الفئات والطبقات الأخرى وفي نفس الوقت يعبر على تشبهه بالآخرين من خلال التقليد وإتباع ما هو منتشر من اللباس وما هو مساير للموضة.

وهو ما تؤكد النسب التي توصلنا إليها حيث تم إيجاد نسبة 64 % من مجموع طلبة يقتنون اللباس من أجل الظهور ولفت انتباه وإعجاب الآخرين من أفراد عائلتهم وأصدقاءهم وكل باقي أفراد المجتمع، حيث يبحثون على التقبل الاجتماعي وتكوين علاقات مع الطرف الآخر

كما ترتفع نسبة الطلبة الذين يقتنون اللباس بطريقة شخصية وبكل حرية دون تدخل أسرهم أو باقي أفراد المجتمع عند الطلبة الذين ينتمون إلى الأسر ذات النظام النووي وهذا بنسبة 54 % هذا ما يعني أن هناك تحول في المجتمع الجزائري بخصوص التنظيم العائلي حيث هناك أكثر من 50 % من الطلبة ممن أجرينا معهم البحث ينتمون إلى التنظيم النووي، هذا أنتج نوع جديد من التصورات وأنماط من السلوكيات لدى الأفراد و هو ما يثبت نمو الفردانية لدى الطلبة والمجتمع عموما بحيث أصبح الفرد له حرية واستقلالية في اتخاذ قراراته واثبات وجوده.

ونجد أن اغلب العائلات مهتمة بلباس ابنها وراضية عليه، بنسبة 88 % مما يعني انه هناك تغير في نظام القيم لدى المجتمع الجزائري. وعليه نقول أن اللباس هو طريقة لتمييز عن الآخرين، إضافة إلى انه وسيلة لوقاية وستره الجسم .

الفرضية الثانية : وسائل الإعلام ودورها في نشر ثقافة اللباس.

الجدول رقم 12 : يبين أهم القنوات التلفزيونية التي يتابعها الطلبة وعلاقتها بالتخصص

القنوات التلفزيونية	تكرار	نسبة مئوية
القنوات الغربية	20	40 %
القنوات العربية	15	30 %
القنوات الوطنية	4	8 %
كل القنوات	11	22 %
المجموع	50	100 %

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة يتابعون القنوات الغربية خاصة منها الفرنسية بنسبة 40 % أما القنوات العربية يتابعونها بنسبة 15 % و القنوات الوطنية 4 % و 11 % ممن يتابعون كل القنوات.

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يتابعون القنوات الغربية خاصة منها الفرنسية وهذا نجده خاصة عند طلبة اللغات الأجنبية منهم طلبة اللغة الفرنسية نظرا لتأثير التخصص سواء من حيث لغة الدراسة أو المواضيع التي يدرسونها مثل المتعلقة . وهذا ما يجعلهم متأثرين في سلوكهم بالثقافة الغربية خاصة فيما يخص عادات الاستهلاك نظرا لتأثير البرامج المقدمة من طرف هذه القنوات منها الأفلام والحصص والمنوعات الغنائية... الخ وهذا من خلال تقليد أشهر الفنانين من ممثلين السينما ونجوم الغناء وحتى المنشطين سواء في طريقة لباسهم أو كلامهم خاصة وان هذه الدول تتميز بتطور علمي وتكنولوجي في ميدان الإعلام والاتصال وهذا ما يجعل الأجهزة المستعملة تتمتع بصورة وصوت قوي من السهل التأثير على المشاهد وهو ما يسمى حيث جمالية الصورة وتقنيات التقاطها المعروضة لها (numérique) بالرقمية أو أيضا تأثير على المشاهد في الارتقاء نفسيا وفيزيولوجيا (مظهرا) إلى مستوى تلك الصورة .

الجدول رقم 13 : يبين البرامج التلفزيونية المفضلة بالنسبة لطلبة وعلاقته بالتخصص

البرامج مف التخصص	اخبار		افلام		موسيقى		وثائقي		المجموع	
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
فرنسية	3	6%	1	2%	0	0%	1	2%	5	10%
انجليزية	1	2%	4	8%	1	2%	2	4%	8	16%
علم الاجتماع	4	8%	5	10%	0	0%	12	24%	21	42%
علم النفس	2	4%	2	4%	1	2%	0	0%	5	10%
فلسفة	2	4%	3	6%	0	0%	6	12%	11	22%
المجموع	12	24%	15	30%	2	4%	21	42%	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن اغلب البرامج المتبعة من طرف الطلبة هي الأفلام والحصص الوثائقية والمنوعات الغنائية، لما فيها من متعة وخيال من خلال الصورة والصوت الملتقطين بتقنيات عالية تثير إعجاب المشاهد، خاصة مع التطور العلمي والتكنولوجي حيث أصبحت معظم الآلات رقمية كما أصبح اليوم هناك بعض الأجهزة المحمولة المستعملة لسماع الموسيقى حيث لا يوجد تقريبا اليوم طالب دون هذا الجهاز، كما أن الهواتف النقالة تحتوي هي الأخرى على تقنيات لسماع الموسيقى و مشاهدة الكليبات الغنائية كما يؤثر لاعبي كرة القدم من خلال شهرته بزيه و تسريحة شعره ومظهره بصفة عامة ونفس الشيء لنجوم السينما حيث تؤثر قصة الفيلم وديكوره من لباس و مناظر اغلبها مصطنعة وخيالية، كما تؤثر الحياة الحقيقية للممثل من خلال بعض اللقاءات جذاب، بالتالي أصبحت " شبيبة المجتمعات الثالثة تتعرض للكثير من أساليب الاستقطاب الحضاري والفكري والأيدولوجي خاصة وان وسائل الإعلام والاتصال تعمل على نقل وتداول الموضوعات المختلفة وأنماط العيش وأساليب الاستهلاك... الخ" ¹ وهذا من خلال المظهر الذي أصبح اليوم مهم في إبراز الانتماء الثقافي و الاجتماعي و الاقتصادي للطلبة، وهناك بعض البرامج التابعة للقنوات الفرنسية التي لها تأثير واضح .

¹ عبد السلام الهاشمي ومصطفى حدية ، الشباب و مشكلات الاندماج ، الرباط ، منشورات كلية الآداب والعلوم الانسانية ، 1995 ، ص 85

الجدول رقم 14 : يبين سبب تقليد الطلبة الغرب في لباسهم.

السبب	تكرار	نسبة مئوية
تأثير وسائل الاعلام	16	32%
لتعبير عن الانتماء	5	10%
مسايرة العصر	14	28%
للفت الانتباه	15	30%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن سبب تقليد أغلبية الطلبة الغرب في لباسهم هو تأثير وسائل الاتصال وهذا بنسبة 32 % من مجموع الطلبة، ثم تأتي نسبة 30 % فيما يخص الشباب الذين يقلدون الغرب من أجل لفت الانتباه ، وأخيرا تأتي فئة الشباب المسايير للعصر بنسبة 28% من مجموع الطلبة ، ثم تليها فئة الشباب الذين يعملون على التعبير عن الانتماء بنسبة 10 % من مجموع الطلبة .

ومن هنا نستنتج أن سبب تقليد أغلبية الشباب الغرب في لباسهم يعود إلى تأثير وسائل الإعلام والاتصال لما تملكه هذه الأخيرة من إمكانيات لتداول المعلومات و الأخبار بالصورة والصوت من خلال أجهزتها المختلفة المطبوعة و المسموعة والمرئية منها الجرائد والمجلات والتلفزيون والفضائيات و الانترنت ... الخ حيث تعمل على نشر ثقافة الاستهلاك وذلك بإدخال قيم ومعايير أجنبية جديدة تعمل على طمس الثقافات الأصلية وتقوية النزعة الفردانية من خلال البرامج و الدعايات التي يحتويها الإشهار والإعلان عن مختلف السلع والمنتجات، وعليه فكل من يخضع وينتمي إلى هذه الثقافة الغربية فيحكم عليه بأنه إنسان مسايير للعصر والموضة وبالتالي فهو إنسان متحضر وبالتالي ينال التقدير والاحترام من طرف الآخرين والعكس من يتخلف عنها يعتبر إنسان متخلف ورجعي وعليه يتم عزله والتخلي عنه .

" يبدو جليا كيف أن الغرب يعتنق مفهوم "الواحدية الحضارية" إذ يرى أن حضارته هي وحدها الحضارة العالمية أو الإنسانية، وأنها بمثابة النموذج الأوحد للتحضر والتقدم، ومن ثم فهي القالب الذي يجب أن تصب فيه جميع الحضارات الأخرى كلها لكي تتشكل على صورته " وهكذا " أسرف المولعون بتقليد الغرب والفرحون بريح السموم ما دامت قادمة من الغرب فعصفت بملابسهم كما عصفت بعقولهم " وعليه نقول أن رغم تعدد أسباب تقليد الطلبة الجامعيين للغرب تبقى أنها لها هدف واحد وهو التشبه والامتثال لثقافة الغربية، وبالتالي يعمل أغلبية الشباب اليوم بالالتحاق بركب الحضارة من خلال تقليد الغرب خاصة من خلال

عادات الاستهلاك في مفهومها العام وفي مجال اللباس بمفهومه الخاص بما يحتويه من علامات تجارية حيث يجعلهم هذا الأخير أكثر تحقيقا لوجودهم و ثقة بالنفس وهذا من اجل التعبير عن الانتماء ولفت انتباه الآخرين كفئة شباب لهم هويتهم وثقافة خاصة بهم.

الجدول رقم 15 : يبين رأي الطلبة في الملابس المصنوعة محليا

الملابس المحلية	تكرار	نسبة مئوية
جيدة	15	30%
غير مقبولة	32	64%
هناك الجيدة وهناك الغير المقبولة	3	6%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة ضد الإنتاج المحلي من اللباس و ذلك بنسبة 64 %، في المقابل نجد نسبة 30 % من الطلبة ممن هم مقتنعون بالإنتاج المحلي للملابس، وأخيرا هناك نسبة 6 % من الطلبة الذين لا يرفضون رفضا قاطعا وليسوا مقتنعون اقتناعا تاما بالإنتاج المحلي بل يقولون هناك ما هو جيد وهناك ما هو غير مقبول.

و عليه نستنتج أن رفض أغلبية الطلبة الملابس المصنوعة محليا يعود إلى قلة الإنتاج إلى درجة غيابه و إن وجد فانه لا يتوفر على الجودة والنوعية التي تتميز بها الملابس المستوردة سواء من جانب المادة المستعملة أو طريقة الصنع، إضافة إلى هذا فإنها لا تتماشى مع الموضة المنتشرة في كل بلدان العالم خاصة الدول الغربية مثل أوروبا وأمريكا حيث تعتبر هذه الأخيرة من اقوي الدول تطورا صناعيا وتكنولوجيا .

الجدول رقم 16: يبين صفة تردد الطلبة على مواقع الانترنت .

صفة التردد	تكرار	نسبة مئوية
دائماً	22	44%
أحيانا	18	36%
نادر	10	20%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة يترددون بصفة دائمة على مواقع الانترنت و ذلك بنسبة 44 % مقابل 36 % ممن لا يترددون على مواقع الانترنت و 10 % أحيانا ما يستعملون مواقع الانترنت.

و عليه نستنتج أن مواقع الانترنت من أهم التكنولوجيات الحديثة التي تستقطب أغلبية الشباب وذلك لتعدد خدماته أولاً ولاستعماله كوسيلة للبحث العلمي حيث تساعد على القيام بالبحوث الجامعية كما أنها وسيلة لاتصال والتعارف بين مختلف شباب العالم بالصورة والصوت و هي أيضاً وسيلة إعلامية لتقديم الجديد في مختلف الميادين مثل الموسيقى السياسة والرياضة ... الخ سواء عبر مواقع إخبارية متخصصة أو عبر قنوات فضائية تلفزيونية لها مواقع عبر الانترنت كما أصبح هواية لبعض الشباب ووسيلة لترفيهه عن النفس لان هناك ألعاب الكترونية... الخ وباختصار نقول انه اكتشاف بواسطة نجد أنفسنا أمام عالم من المعلومات واختراعات يعجز الإنسان في غالب الأحيان استيعابها والتحكم فيها .

الجدول رقم 17 : يبين أهم ما يقرأه أو يطالعه الطلبة .

البند	تكرار	نسبة مئوية
كتب	7	14%
مجلات	11	22%
جرائد	32	64%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن قراءات أغلبية الطلبة تتمركز في قراءة الجرائد خاصة، وذلك لتوفرها وتنوع عناوينها من جرائد وطنية وأخرى مستقلة وبالغتين العربية والفرنسية ونظراً أيضاً لأسعارها التي نجدها في متناول الطلبة مقارنة بالكتاب و لتنوع مواضعها من رياضة وسياسة وأخبار فنية وثقافية واجتماعية واقتصادية... الخ حيث الطالب يجد ميولاته وأذواقه، أما بالنسبة لمطالعه للكتب فهي تدخل في إطار تخصصه وذلك من اجل انجاز البحوث المقررة

والتحضير للامتحانات فقط ويعود نقص قراءات الطلبة إلى عدم وجود سياسة منتهجة من طرف الدولة لإنتاج وتوزيع الكتاب و توفره خاصة في المكتبات المدرسية والجامعية .

استنتاج الفرضية الثانية: من خلال استعراض جداول هذه الفرضية وتحليلها سوسيولوجيا تم التوصل إلى أن أغلبية الطلبة الذين لديهم توجه نحو اللباس العصري أصبحت لديهم ثقافة اللباس، والتي تستدعي معرفة العلامات التجارية ونوعية اللباس الذي يتخصص فيه كل بلد وما ساهم على تكوين ثقافة اللباس لدى الطلبة هو تأثير وسائل الإعلام وما تحتويه من مجالات وانترنت وتلفزيون ... الخ خاصة منه المجهز بالهوائي ومنها القنوات التلفزيونية الفضائية الغربية ومنها الفرنسية وما توليه من اهتمام للمظهر وللصورة ولجماليتها التي أدخلت قيم ومعايير اجتماعية جديدة، من خلال ما تقدمه سواء من إعلانات واشهارات مباشرة عن مادة اللباس أو ما تقدمه بصفة غير مباشرة من خلال البرامج التلفزيونية الفضائية و السينمائية عبر ما يرتديه نجوم الغناء والسينما.

حيث توصلنا إلى إيجاد أكثر من 40 % من الطلبة يتابعون القنوات الفضائية الغربية والفرنسية منها، نظرا لعوامل ثقافية منها اللغة المستعملة وتنوع برامجها وغناها، هذا ما اثر على تصوراتهم وسلوكياتهم خاصة و أن اغلب البرامج المتابعة من طرف الطلبة هي الأفلام السينمائية ثم تليها المنوعات الغنائية والحصص الترفيهية وهي البرامج الأكثر اعتمادا على المظهر والأناقة والجمال والخيال. وهذا ما انعكس على الطلبة حيث أصبح أغلبيتهم يتوجهون إلى شراء اللباس المستورد من البلدان الغربية خاصة منها الأوروبية والأمريكية كما جعلهم يقلدون ويتشبهون بشباب تلك الدول واللباس على طريقتهم خاصة بالنسبة لشباب المدن الكبرى وممن لهم إمكانيات مالية لان الألبسة المستوردة تباع بأسعار جد مرتفعة كما أنها تمتاز بالجودة والنوعية والشهرة العالمية .

وهو ما يفسر كذلك توجه الطلبة إلى شراء ملابسهم عند تجار الحقائب أو المحلات المتخصصة في العلامات التجارية المستورة أو مباشرة من الخارج عبر احد أفراد العائلة أو الأصدقاء. هذا إضافة إلى نقص الإنتاج المحلي أو انعدامه أحيانا وعدم مسابرتة واستجابته للمقاييس العالمية المعمول بها جعل أغلبية الطلبة ليس لهم اختيار أمام اللباس المستورد مما يجعلهم يخضعون له رغم غلاءه.

الفرضية الثالثة : الموضة وتأثيرها على اهتمام الطلبة باللباس

الجدول رقم 18 : يبين نوع اللباس المفضل عند الطلبة

البند	تكرار	نسبة مئوية
العادي	9	18%
مساير للموضة	26	52%
المحترم	6	12%
الذي يتماشى مع الدين	9	18%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة تفضل اللباس المساير للموضة بنسبة 52 % لسنة ، ويأتي بعدها اللباس العادي واللباس الذي يتماشى مع الدين متعادلان بنسبة 18 % ، يليها اللباس المحترم بنسبة 12 % .

ومنه نستنتج أن وعليه نقول بان أغلبية الطلبة يفضلون اللباس المساير للموضة لما تتميز به هذه الأخيرة من قوة التأثير وسرعة الانتشار في الأوساط الاجتماعية " و الواقع أن للمودة سيطرة على أغلب الناس في المجتمع الحديث وان لها سحرا ينفذ إلى دخائل نفوسهم وذلك لأنها تتطوي على إغراء عاطفي انفعالي وجاذبية نفسية يتعلق بها خيالنا وحسنا بالأهمية وشعورنا بالاستحسان الاجتماعي الذي تتضمنه وتتطوي عليه " خاصة الوسط الشباني حيث تعتبر الفئة الأكثر تقبلا لها وتعلقا بها لما يتميزون به من حب الاكتشاف والاطلاع وكثرة الحركة والاندفاع .

الجدول رقم 19 : يبين أهمية الموضة بالنسبة للطلبة

البند	تكرار	نسبة مئوية
عادي	12	24%
جديد الأناقة ولفت الانتباه	22	44%
تجارة	12	24%
شيء مضر	4	8%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن الموضة تمثل لأغلبية الطلبة الجديد والأناقة ولفت الانتباه وذلك بنسبة 44 % وتمثل شيء عادي و تجارة متعادلان بنسبة 24 % ، الأخير نجد من الطلبة الذين يعتبرونها أنها شيء مضر و ذلك بنسبة 8 % .

ومنه نستنتج أن الجديد والأناقة ولفت الانتباه كلها صفات ملازمة لموضة اللباس حيث هذه الأخيرة تتغذى منها من أجل الاستمرار وهو نفسه السر الذي جعل الشباب خاصة يقبل عليها ويتابع ويساير كل ما يتعلق بها سواء في الأشكال أو الألوان و نوعية القماش وحتى في طريقة ارتداها و وضع بعض مستلزماتها (الإكسسوار) التي تتغير من وقت لآخر، لان مرحلة الشباب تتميز بحب الظهور والتمايز والتقليد في نفس الوقت لأجل لفت الإعجاب والانتباه. ومن خلال الجديد يجد الفرد نفسه في تغير دائم حيث كل يوم يظهر بمظهر جديد يحي و يبعث فيه الشعور بالثقة والاعتزاز بالنفس .

الجدول رقم 20 : يبين رأي الطلبة حول مظهرهم .

البند	تكرار	نسبة مئوية
انيق يتماشى مع العصر	17	34 %
عادي	29	58 %
يتماشى مع الدين	4	8 %
المجموع	50	100 %

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة يعتبرون مظهرهم عادي بنسبة 58%، و في المقابل نجد نسبة 34 % ممن يعتبرون مظهرهم أنيق يتماشى مع العصر، وأخير 8% ممن يعتبرون مظهرهم يتماشى مع الدين .

وعليه نستنتج أن اعتبار أغلبية الطلبة مظهرهم عادي دليل على مطابقة مظهرهم للذوق العام المتفق عليه من طرف المجتمع، من المعلوم أن معظم القيم والمعايير والاتجاهات النفسية الاجتماعية التي يكتسبها الفرد خلال حياته غالبا ما تكون نابعة أساسا من النظام الاجتماعي والثقافي العام الذي ترعرع فيه والبيئة التي تربي فيها، هذا ما يجعلنا نقول أن لباس أغلبية الطلبة يتماشى مع ما تفرضه البيئة الاجتماعية وما تحتويه من عادات وقيم ثقافية ودينية. لهذا يسعى الطلبة دائما ليكون مظهرهم موافق للعادة الاجتماعية ، وباعتبار الاهتمام باللباس والمظهر الخارجي عموما يمثل احد الأنماط السلوكية المستقاة من العادة الاجتماعية، هذا ما يجعل الفرد يمارس هذا السلوك وفقا للقيم والمعايير التي تم إنتاجها في المجتمع منها الموضة كنموذج تفرضها بعض المؤسسات الاجتماعية كوسائل الإعلام والأسواق بما فيها كبار التجار والمنتجين للباس، هذا ما يؤدي بالفرد إلى مسايرتها وترسيخها كثقافة بما تحمله من رموز مادية ومعنوية تحدد انتماءات الفرد الاجتماعية والاقتصادية والثقافية .

استنتاج الفرضية الثالثة: من خلال التحليل السوسولوجي لجداول هذه الفرضية تم التوصل إلى أن الموضة تعتبر من بين العوامل المباشرة التي تدفع الشباب منهم الطلبة الجامعيين إلى الاهتمام باللباس، لما تحققه من حرية واستقلالية في الاختيار والذوق وما توفره من تغيير وتجديد في أساليب اللباس المعتادة، وما تتركه من انطباع على الذي يراها كما ترفع أيضا من مكانة الشخص الذي يرتديها من خلال علامتها التجارية وشهرتها التي تميز اللباس وتعطيه قيمة اجتماعية حيث بها تعرف جودته ونوعيته ويحدد سعره ومرجعيته وأصوله الاجتماعية و بها أيضا وبما تحمله من رموز ومعاني يمكن إعلان الانتماء الاجتماعي والطبقي والثقافي للفرد، من خلال تقليد أساليب عيش الأثرياء وذوي المراكز العليا من المجتمع والتشبه بشباب المجتمعات الغربية ونجوم السينما والغناء. وهذا لتأثير وسائل الإعلام منها التلفزيون خاصة القنوات الفضائية الغربية والفرنسية وما تقدمه من برامج مباشرة حول الموضة ومستلزماتها

بحيث تم التوصل إلى أن اللباس المفضل لدى أغلبية الطلبة هو ذلك المساير للموضة أو الذي يتماشى مع العصر من مجموع الطلبة، والحامل لعلامات تجارية ذات شهرة عالمية والتي تباع بأسعار جد مرتفعة مما يعبر عن المستوى المادي والاقتصادي للطلاب، وهو أيضا ما جعل أغلبية الطلبة يمارسون أعمال إضافية إلى جانب دراستهم خاصة في العطل، كما جعل أغلبية الطلبة تتوفر لديهم خبرة وتقنيات في عملية الشراء والتميز بين العلامة التجارية الأصلية والعلامة طبق الأصل خاصة مع الانتشار الهائل للعلامات التجارية وتنوعها فبالإضافة إلى أنها تمثل الأناقة والجمال فهي أيضا تعبر عن الجديد ومن خلالها يعلن الشباب عن اندماجهم والتحاقهم بركب الحضارة ويتفادون التهميش والإقصاء الاجتماعي. وهذا ما جعل أغلبية الطلبة يعتبرون مظهرهم عادي وأنيق وملفت لانتباه والإعجاب ويوافق ما هو منتشر في المجتمع من قيم ومعايير، والعادي يعبر على ما هو منتشر لدى أغلبية الأفراد أو المجتمعات وبالتالي يصبح مقبول اجتماعيا لأنه جرت العادة أن أغلبية الشباب يرتدون بتلك الطريقة. وعليه نتوصل للقول أن اللباس يشتري على أساس قيمته الاجتماعية والرمزية والجمالية أكثر منه على قيمته الوقائية والأخلاقية، فإلى جانب انه وسيلة لحماية الجسم وسترته فانه كذلك وسيلة لتزيين والتأنق وطريقة للفت الانتباه وإعجاب الآخرين، فمن خلاله تتحدد هوية الفرد. وبالتالي اللباس على طراز الموضة يسمح على اندماج الأفراد في المجتمع والتكيف معه وهو أيضا مقياس ومعيار لمكانتهم ودورهم الاجتماعيين، ويعتبر نمط أو أسلوب وسلوك يترجم به الفرد كل هذه الأبعاد الوقائية والأخلاقية والنفسية والجمالية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

الفرضية الرابعة : الإمكانيات المادية وتأثيرها على اختيارات الطلبة للباس.

الجدول رقم 21 : يبين مصدر النقود لشراء الملابس .

البند	تكرار	نسبة مئوية
العمل	29	58 %
الوالدين	16	32 %
المنحة المدرسية	5	10 %
المجموع	50	100 %

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة يعتمدون في مصدر النقود لشراء الملابس على إمكانياتهم الخاصة وذلك بنسبة 58 % من مجموع الطلبة، أما المصدر ، الثاني فهو الوالدين بنسبة 32 %، والمصدر الأخير هو المنحة المدرسية بنسبة 10 % .

منه نستنتج أن اعتماد الطلبة على إمكانياتهم الخاصة دليل على مدى تأثرهم بثقافة الاستهلاك منها اللباس، وبروز نوع من الفردانية مما يجعلهم يبحثون عن مدخول خاص بهم من خلال بعض الأعمال والنشاطات إلى جانب دراستهم خاصة في العطل و أهم هذه النشاطات الشراء والبيع لبعض السلع الأكثر طلبا من طرف المستهلكين كالهواتف النقالة أو الألبسة أو المواد الغذائية ، وهنا يتبين لنا أن القاعدة التقليدية التي كانت تعتمد على الإنتاج ثم بيعه لشراء وقضاء احتياجات العائلة أصبحت اليوم العكس، حيث يقوم الفرد بالشراء ثم إعادة البيع من أجل الحصول على ربح أو فائدة من خلالها يمكن قضاء احتياجاته الخاصة، كما هناك فئة من الطلبة الذين يعتمدون على مصدر متنوع منه العمل أو النشاط الشخصي الخاص .

الجدول رقم 22 : يبين صفة مساعدة العائلة لطلبة ماليا لشراء الملابس

الصفة	تكرار	نسبة مئوية
دائما	15	30 %
أحيانا	20	40 %
نادرا	15	30 %
المجموع	50	100 %

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة أحيانا ما يعتمدون ماديا على مساعدة العائلة وذلك بنسبة 40 %، فيما نجد نسبة من يعتمدون عليها دائما و من يعتمدون نادرا متساوية بنسبة 30 % .

وعليه نستنتج أن الطلبة يكونوا بحاجة إلى المساعدة المالية الدائمة من طرف العائلة، بصفتهم طلبة في الجامعة هذه الأخيرة التي تعتبر عالم بالنسبة إليهم وبالتالي هم في حاجة إلى إبراز مكانتهم كشباب وكطلبة ومن خلال هذا تحقيق الذات وخلق علاقات جديدة، وبالتالي يستوجب هذا حسن المظهر ويتم هذا من خلال اللباس خاصة المظهر .

الجدول رقم 23 : يبين القيمة المالية التي يخصصها الطالب لشراء الملابس .

المجموع		30000-21000		20000-11000		10000-1000		القيمة المالية / المستوي المعيشي
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
								منخفض
20%	10	0%	0	2%	1	18%	9	
66%	33	10%	5	12%	6	44%	22	متوسط
14%	7	2%	1	4%	2	8%	4	مرتفع
100%	50	12%	6	18%	9	70%	35	المجموع

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية الطلبة يخصصون قيمة ما بين 1000 الي 10000 لشراء الملابس بنسبة 70 % أما فيما يخص الذين يخصصون قيمة ما بين 11000 الي 20000 فنجد نسبة 18 % ويأتي الذين يخصصون 21000 الي 30000 بنسبة 12% .

ومنه نستنتج أن الإمكانيات المادية للطلبة لها تأثير واضح على مشترياتهم من اللباس وهذا ما تبين من خلال الوضعية الاجتماعية والمستوي المعيشي حيث كلما كان مستوي الدخل مرتفع كلما ارتفعت القيمة المخصصة لشراء الملابس طبعا والعكس بالنسبة لأبناء أصحاب المستوي المنخفض حيث المدخول ضعيف وبالتالي القيمة المخصصة للشراء متدنية ومنه نستنتج أن إلى جانب الدخل أو الإمكانيات المادية هناك الوظيفة والمستوى العلمي والثقافي وكل هذا يحدد المكانة الاجتماعية للفرد والتي تفرض عليه عادة معينة من الاستهلاك والتي تلعب دور في التسلسل الطبقي .

الجدول رقم 24 : يبين المناسبات التي تشتري فيها الملابس .

البند	تكرار	نسبة مئوية
الدخول الجامعي	16	18 %
فصليا	29	58 %
عند توفر المال	5	10 %
المجموع	50	100 %

ومنه نستنتج أن شراء أغلبية الطلبة الملابس فصليا دليل على تأثيرهم بثقافة اللباس و هذا ما يجعلهم يقبلوا على اللباس بصفة مستمرة، خاصة و أن لكل فصل موضة مميزة فيها تجديد لتصاميم وألوان معينة وإحياء لنماذج قديمة وإعطاءها لمسة عصرية، هذا إلى جانب أسباب أخرى تدفع بالطلبة إلى شراء الملابس وتغيير مظهرهم باستمرار منها الانتماء الاجتماعي والمستوى المعيشي وتأثير وسائل الإعلام خاصة منها التلفزيون وانتشار الفضائيات وما كونه من تصورات وسلوكات تدفع بأغلبية الشباب إلى تقليد أشهر السينمائيين والمغنيين .

استنتاج الفرضية الرابعة: من خلال التحليل السوسولوجي لجدول الفرضية الرابعة تم التوصل إلى أن الإمكانات المادية لها تأثير قوي على اختيارات الطلبة فيما يخص جودة ونوعية اللباس، حيث تحدد حريتهم واختياراتهم لأذواقهم، خاصة و أن السوق الجزائرية اليوم تتوفر على أنواع عديدة من الملابس سواء من خلال الأشكال والتصاميم أو من خلال العلامات التجارية و أصل تصنيعها، فمنها المحلية رغم قلتها وعدم مسايرتها للعصر لكن رغم هذا تبقى أسعارها في متناول الطلبة مقارنة باللباس المستورد من البلدان الغربية الأوروبية والأمريكية والحامل لعلامات تجارية ذات شهرة عالمية والذي يباع بأسعار جد مرتفعة، مما دفع أغلبية الطلبة إلى ممارسة بعض الأعمال إلى جانب دراستهم من أجل تحصيل المال لشراء كل احتياجاتهم من اللباس، فرغم الإنفاق الذي تتحمله الأسرة وتساهم به إلا انه لا يكفي.

هناك مصدر ثالث يوجد من الطلبة من يستغله في اقتناء الملابس وهي المنحة المدرسية رغم قلة قيمتها. وما جعل الطلبة أكثر حاجة للمال هي اقتناءاتهم الفصلية للباس ومسايرتهم للموضة في تغييرها وتجديدها المستمرين. وبالتالي فإن الوضعية الاجتماعية والمهنية والثقافية للعائلة عموما وللأب خصوصا تحدد نوعية اللباس خاصة منه المستورد من البلدان الأوروبية مثل فرنسا وإنجلترا وإيطاليا وإسبانيا والأمريكية، والحامل لعلامات تجارية ذات شهرة عالمية والتي تتطلب إنفاق مالي معتبر، كما تحدد أيضا القيمة المالية التي يخصصها الطالب لشراء الملابس فكلما كان الأب إطار سامي أو رجل أعمال أو من كبار التجار كلما ارتفعت القيمة المالية والعكس كلما كان راتب الأب بسيط أو غير ثابت كلما انخفضت هذه القيمة المخصصة لشراء.

الاستنتاج العام للدراسة :

من خلال دراستنا لظاهرة اهتمام الطلبة الجامعيين باللباس العصري، وبناءا على الجانب النظري الذي تم فيه جمع كل المعارف والمعلومات التي لها علاقة باللباس كتدعيم لجانب الميداني والذي اعتمدنا فيه على عينة تتكون من 50 طالب جامعي والذي اجري في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ومعهد اللغات جامعة ورقلة حيث كانت نسبة تخصص علم الاجتماع 42 % ونسبة 22 % علم النفس و 16 % إنجليزية و فرنسية و فلسفة بنسبة 10 % لكل منهما ومن خلال تحليل وتأويل نتائج الفرضيات توصلنا إلى ما يلي:

يشكل اللباس احد الضغوطات النفسية والاجتماعية على الفرد فمن أهم الدوافع التي تؤدي بالطلبة الجامعيين إلى زيادة الاهتمام باللباس هو لفت انتباه وإعجاب الآخرين، باعتبارهم شباب في سن يبحثون فيه عن القبول الاجتماعي، وبصفتهم طلبة في الجامعة يعملون على إثبات وجودهم ومكانتهم الاجتماعية المتميزة كإطارات المستقبل وكنخبة مثقفة، وهذا ما يتبين من خلال لباسهم من اجل الظهور بمظهر لائق ومحترم أمام بعض الأشخاص مثل: الأصدقاء ذكور وفتيات وحتى عائلاتهم واستشارتهم لهم أثناء الشراء. فهم بواسطة اللباس يعبرون عن فردانيتهم وحريرتهم في الاختيار ويحققون أذواقهم الخاصة، مما يجعلهم أكثر استقلالاً ويزيدهم عزة وثقة بالنفس ومن خلال هذا لفت انتباه الآخرين ونيل إعجابهم. وهو ما يفرضه الواقع الاجتماعي من خلال القيم والمعايير التي أنتجها المجتمع كاحترام والتقدير الذي يلقيه الفرد من طرف الآخرين، كما تفرضه مقاييس التوظيف عبر المؤسسات والشركات التي تؤكد على المظهر. وبالتالي اللباس على طراز الموضة والاعتناء بالمظهر يمثل نجاح على المستوى الشخصي والاجتماعي وفي نفس الوقت حماية لشرف واسم العائلة مما جعل هذه الأخيرة ترضى على اللباس العصري وتقدم مساعدة مالية للحصول علي أحس العلامات التجارية والمستوردة والتي تباع بأثمان جد عالية. وعليه فهو وسيلة للقبول الاجتماعي والاندماج مع الآخرين. و هو ما يدفع بأغلبية الطلبة إلى تقليد شباب الدول الغربية ونجوم السينما والتلفزيون من حيث اللباس المنتشر والمسائر للعصر بما تمليه الموضة والقيم والمعايير الاجتماعية الأخرى التي تنشرها وسائل الإعلام مما يؤدي إلى توحيد الملابس أو الظهور بنفس المظهر والشكل، وأحيانا أخرى التميز عن الآخرين سواء في نفس الجماعة أو بالنسبة للفئات والطبقات الأخرى من المجتمع، وهذا ما سمح بخلق ثقافة خاصة بالشباب تركز على أفكار وسلوكات كعادات الاستهلاك لبعض المواد خاصة منها اللباس وما يحمله من رموز ومعاني تترجمها الموضة والعلامات التجارية التي يفرضها المنتج والسوق والتي تسمح بخلق هوية فردية خاصة بهم يعلنون بها انتماءاتهم.

وعليه ليس هناك تناقض بين اللباس من اجل أنفسهم ومن اجل الآخرين، فبقدر ما يلبس الطلبة من اجل أنفسهم لتحقيق حريرتهم الشخصية وأذواقهم الخاصة فهم في المقابل يعملون أيضا على اللباس من اجل الآخرين للفت انتباههم وإعجابهم لتعبير عن مكانتهم ومستواهم وانتماءهم الاجتماعي والاقتصادي والثقافي. وعليه فإلى جانب دور اللباس الوقائي و الأخلاقي فان الاهتمام

به يسمح بتكوين الهوية كصورة للشخص على نفسه وهو ما يتحقق من خلال اختياراته المستقلة وأذواقه الخاصة التي تجعله متميز عن الآخرين، و صورة يعطيها للآخر، من خلال التقليد والتشبه وإتباع ما هو منتشر من اللباس و ما هو مساير للموضة التي تعمل على تطابق وتوحيد الزي.

وتعتبر وسائل الإعلام من أهم العوامل المباشرة على نشر ثقافة اللباس خاصة لدى الشباب، بفعل تأثير مشاهدة التلفزيون واستعمال الانترنت ومطالعة الكتب والمجلات وقراءة الجرائد هذا مما يسمح لهم بتكوين علاقات واكتساب أساليب وأنماط معيشية حاملة لقيم ومعايير جديدة، أثرت على سلوكهم وطريقة لباسهم. ومن أهم الوسائل الإعلامية التي كان لها تأثير مباشر وملاحظ على الطلبة نجد التلفزيون منه المجهز بالهوائي حيث أصبحت

متابعة القنوات الفضائية التي تبثها الدول الغربية خاصة منها الفرنسية وما تحتويه من برامج غنائية وسينمائية ورياضية ضرورة ملحة من طرف الطلبة، مما جعل كل فرد يخصص له جهاز تلفزيون شخصي مجهز بهوائي، ويرجع تأثير القنوات الفضائية على الشباب إلى ما تقدمه من إعلانات وإشهارات لأشهر نجوم السينما والغناء ولأشهر العلامات التجارية، علما أن المشاهد ينظر إلى نفسه من خلال الصورة المعروضة وكلما كانت هذه الصورة صادقة في تعبيرها عن اهتماماته كلما زاد ذلك في كثافة المشاهدة، كما أن جمالية الصورة تدفع بالمشاهد إلى تحسين صورته ومظهره وفقا للصورة المعروضة في التلفزيون، وبالتالي فالإعلان أو الإشهار وظيفته لا تقتصر على إعلان المستهلكين بسلعة جديدة فحسب بل توجيه استهلاكهم وخلق لديهم حاجات وأذواق جديدة، ويظهر هذا من خلال توجه هؤلاء الشباب منهم الطلبة الجامعيين نحو تبني رموز ومعاني الثقافة الغربية، وهو ما انعكس على سلوكياتهم وتصوراتهم من خلال تغيير عادات الاستهلاك والظهور واللباس على الطريقة الغربية وشراء الملابس المستورة من هذه الدول والحاملة لعلامات تجارية تتميز بجودتها ونوعيتها وشهرتها العالمية، هذا إضافة إلى اعتبارها على أنها نماذج مسايرة للعصر والموضة، وعليه فاللباس يخلق علاقات وتفاعلات ويترجم مدى تأثر الفرد بالعالم الخارجي، فأصبح من يقلد الغرب ويلبس حسب العلامات التجارية المنتجة في الدول الأوروبية والأمريكية، يحكم عليه بأنه إنسان مساير للعصر وملتحق بركب الحضارة ومحترما لقواعد الموضة و بالتالي يمتاز بأنه له ثقافة اللباس، التي تستدعي معرفة العلامات التجارية ونوعية اللباس الذي يتخصص فيه كل بلد فمعرفة كل هذه العلامات وأصولها الجغرافية يسمح لشباب كمستهلكين معرفة العلامة الأصلية من العلامة طبق الأصل ويسمح كذلك بترقب الجديد أو الموضة وتقليد ألمع نجوم السينما والغناء وحتى الرياضة، كما يجعل الطلبة يختارون الأشخاص وأماكن الشراء ممن تتوفر لديهم العلامة التجارية الأصلية.

وتعتبر الموضة من أهم العوامل التي تدفع بالشباب إلى الاهتمام باللباس، خاصة منهم الطلبة الجامعيين بصفقتهم يحتلون مكانة اجتماعية يسعون من خلالها للتميز عن الشباب الآخرين في مختلف تصوراتهم محاولين خلق عالم خاص بهم يعتمدون فيه على التنوع والتغيير في اللباس.

وبمأن الموضة تتميز بأنها سريعة الانتشار بين الأوساط الاجتماعية والشبابية منها، وهي دائما في تجديد وتغيير مستمرين وهذا سواء من خلال التصاميم أو الأقمشة أو الألوان، فإنها تستقطب أكثر فئة الشباب من الفئات الأخرى وهذا لما تتميز به هذه الفئة من حب التغيير والتجديد وسرعة الاندفاع والحركة وحب التباهي والظهور، فبالإضافة فهي تمثل الأناقة والجمال هذا ما يساعد على لفت الانتباه وإعجاب الآخرين، وتقوي الثقة بالنفس والتعبير على حرية الاختيار والذوق الشخصي، وما يؤكد أكثر الموضة هي العلامة التجارية التي تعني هي بدورها الجودة والنوعية وعلى هذا يلح عليها الطلبة خاصة منها العلامات التجارية الأصلية المستوردة وهذا رغم غلاء أسعارها لأنها بالنسبة لهم تعبر على المستوى الاقتصادي والمكانة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، وما جعل الناس يهتمون بالموضة أكثر هو تحسن الظروف المعيشة للأفراد من خلال تحسن مدخلهم وبالتالي تطورت متطلبات الحياة الحضرية التي تستوجب حسن المظهر والأناقة. وبهذا تعمل الموضة على تلاشي الفوارق الطبقيّة والاجتماعية والحدود الجغرافية بفعل وارتقاء الطبقات الأخرى المتوسطة من المجتمع إلى تبني أسلوب معيشة الأثرياء وانتشار نفس المنتج الذي يحمل نفس العلامة التجارية عبر كل العالم بدون استثناء وذلك بواسطة ما يعمل المنتجين وتجار الملابس كما هي أيضا مهمة وسائل الإعلام من خلال الإشهارات والإعلانات المباشرة والغير المباشرة التي تمررها عبر البرامج التلفزيونية والأفلام السينمائية بواسطة ما يرتديه الممثلين والمغنيين وحتى المنشطين والرياضيين. وعليه تعتبر الموضة كعملية نفسية واجتماعية تعمل على ضبط تصورات وسلوكيات الأفراد وفقا لما هو منتشر من قيم ومعايير في المجتمع. حيث تحقق على المستوى الشخصي والنفسي على إبراز فردانية الطالب كشخص له حرية واستقلالية في اختيار أذواقه وإثباته لذاتيته وفرض وجوده، وفي نفس الوقت التمييز عن الفئات الاجتماعية والطبقيّة والشبابية الأخرى من خلال ما يترجمه اللباس وما يحمله من رموز ومعاني اجتماعية مثل الانتماء الطبقي والتعبير عن المكانة والدور الاجتماعيين والمستوى المعيشي والثقافي.

و يعرف اللباس المستورد من الدول الغربية الأوروبية منها والأمريكية إقبال من طرف الشباب هذا لما يتميز به اللباس المستورد من صفات ومقاييس في الإنتاج سواء من حيث المادة المستعملة أو التصميم إلا انه يتطلب إمكانيات مالية جعلت من الطلبة يبحثون عن العمل وممارسة بعض النشاطات إلى جانب دراستهم من اجل مدخول مالي إضافي لتلبية حاجياتهم من اللباس، هذا إضافة إلى تأثير المستوى الاجتماعي والمهني والاقتصادي والثقافي للعائلة ككل.

وبالتالي نستنتج والمستوى المادي والثقافي للأسرة ككل له علاقة بتوجه الطالب نحوى اللباس وشراءه خاصة منه المستورد والمسائر للموضة والحامل للرموز والمعاني أنتجها المنتجين وتجار الملابس وروجتها وسائل الإعلام وفقا لقيم ومعايير اجتماعية جديدة .

وعليه فاللباس هو طريقة للفت انتباه وإعجاب الآخرين وفقا لما نشأ عليه الفرد من قيم ومعايير التي تم إنتاجها اجتماعيا من خلال مختلف المؤسسات الرسمية والغير الرسمية، وتتميز

وسائل الإعلام بدورها الفعال في نشر ثقافة اللباس خاصة منها التلفزيون لما يحتويه من خيال وجمالية لصورة المنتقاة والتي يحاول الفرد الامتثال لها، وهذا من خلال الموضة التي تدفع أكثر إلى الاهتمام باللباس بفعل التجديد والتغيير المستمرين والدائمين للنماذج والتصاميم والتي تتطلب إنفاق مالي وانشغال ذهني يرتكزان على المستوى الاقتصادي والثقافي للفرد.

خاتمة

يعتبر اللباس حاجة نفسية واجتماعية أكثر منه حاجة للوقاية وسترة لجسم الإنسان، وهذا يرجع لما يتطلبه الواقع عبر ما أنتجه المجتمع من قيم ومعايير من خلال الثقافة الشعبية وما تحتويه من أمثال وحكم، والمؤسسات الرسمية وما تفرضه من انضباط في المظهر، و وسائل الإعلام وما تسوقه عبر الإعلان والإشهار لأشهر العلامات وأجودها وحدث التصاميم التي يفرضها السوق وكبار التجار والمنتجين للباس، وكذلك عبر برامجها السينمائية والغنائية والرياضية وما يلبسه أشهر النجوم. مما جعل أغلبية الشباب يمثلون لهذه القيم من خلال التشبيه والتقليد لأشهر النماذج اللباسية وأسلوب معيشة الأثرياء وذوي المستويات العليا من المجتمع، وتكوين صورة نفسها التي أنتجتها وسائل الإعلام منها القنوات التلفزيونية الفضائية الغربي والتي تسمح بالاطلاع على الجديد و مسايرة الموضة وما هو منتشر من اللباس كما تعمل على توحيد الأذواق من خلال الدعاية والإعلان بالمنتوج حيث أصبح دور الإعلان لا يقف أمام إعلان المستهلكين بالسلعة بل يتعداه إلى خلق أذواق وحاجات نفسية وأخرى اجتماعية جديدة. فبالإضافة إلى أن اللباس هو عبارة عن وقاية لجسم الإنسان من حر الصيف وبرد الشتاء وسترة من أعين الناس فهو أيضا بمثابة لغة حيث يحتوي على رموز ومعاني من خلالها يدخل الفرد في تفاعل مع المجتمع الذي يستقبل تلك الرموز والمعاني ويقوم بتفكيكها، بحيث يكون إقبال الفرد على الاستهلاك عموما واللباس خصوصا لا لحاجته وانتفاعه به بل لقيمه ورمزه الاجتماعي. فاللباس يسمح للفرد بتكوين هويته، هوية من خلالها يعطي صورة على نفسه يحدد بها ما هو خاص به وما يتميز به عن الآخرين، فاللباس أصبح وسيلة للفت انتباه وإعجاب الآخرين من خلاله يعبر الفرد عن حرته واستقلالية أذواقه واختياراته وتميزه عن الآخرين بإنتماءه الاجتماعي والطبقي ومستواه المعيشي والثقافي. وما يحقق الحرية والاستقلالية لشباب هو اللباس العصري حيث يسمح لهم بالخروج عن التقاليد والنمطية من خلال الموضة التي تعمل على التجديد والتغيير المستمرين في النماذج وفي التصاميم والأشكال والألوان والتي بها يحقق الشباب اختياراتهم وأذواقهم. وعليه فاللباس له جانبين الأول فردي من خلاله يتم بالنسبة للشباب التميز عن الآخرين وتحقيق ذواتهم وإثبات وجودهم، من حيث نوعية اللباس والعلامة التجارية التي يحملها، والاجتماعي به يعلن الفرد عن جماعته و ثقافته المرجعية وذلك بالتشبه وتقليد الآخرين منهم أصحاب الطبقات العليا من المجتمع وأشهر

نجوم التلفزيون من مغنين وسينمائيين. وتعتبر الموضة من خلال القيم والمعايير التي تم إنتاجها وما يحمله اللباس الموافق لها من معاني ورموز بمثابة المقياس لجودته ونوعيته والجمال والأناقة لشخص الذي ينصاع لها من خلال العلامة التجارية التي يحملها اللباس والبلد المصنع له ومن خلال أيضا سعره ومكان شراءه لهذا أصبح اليوم أغلبية الشباب يمثل نماذجها ويشترى حسب ما هو منتشر من اللباس لدى الفئات ذات المراكز المتميزة في المجتمع وحسب ما هو مساير للعصر بل وأكثر من هذا حيث اكتسب تقنيات وتكونت لديه ثقافة اللباس ويلعب الأصل الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والجغرافي دور مهم في توجه الشباب نحوى نوع اللباس حيث يتطلب اللباس المستورد إنفاق مالي وبالمقابل يتطلب أيضا ثقافة وهذا لتعدد أنواعه واختلاف جودته ومصادره وأسماء العلامات التجارية التي يحملها ويمثل اللباس المستورد والحامل لعلامات تجارية عالمية وأصلية والذي يباع بأسعار جد مرتفعة والذي غالبا ما يكون مسايرا لما هو منتشر من اللباس ومع ما تفرضه الموضة النموذج الأمتل والمميز الذي يشترك فيه نسبيا الطلبة مع طلبة آخرين من ثقافات ومجتمعات أخرى أكثر تطورا وتقدما حيث يبرز الطالب خصوصيته من خلال ما يحمله من رموز مادية ومعنوية من جهة ومن جهة أخرى يتفادى الإقصاء والتهميش الاجتماعي مما دفع بغالبية الشباب إلى الاقتداء بالغرب في المظهر واللباس خاصة لدى فئة شباب المدن الكبرى والطلبة الجامعيين. تبقى أن ظاهرة الاهتمام باللباس تسمح لنا بتكوين هويتنا الفردية والتي بها ندخل في تفاعل مع الأخر حيث بها نحدد ما هو خاص لنا و نتميز به عن غيرنا وذلك من خلال حرية واستقلالية اختياراتنا وأذواقنا من اللباس، وفي نفس الوقت يسمح لنا اللباس بتكوين هويتنا الجماعية والتي من خلالها نعلن على ما نشترك فيه مع الآخرين ونحدد الجماعات المرجعية التي ننتمي إليها كإتمائنا الاجتماعي إلى فئة الشباب أو الطلبة أو إلى الطبقة العليا أو إلى المستوى المعيشي والثقافي الذي يتميز به مثلا نجوم الغناء أو السينما وهذا من خلال التقليد والتشبه بهم بحيث يساعدنا على التكيف والاندماج في المجتمع.

قائمة المراجع

قائمة المراجع باللغة العربية :

1. ابن منظور: لسان العرب. (المجلد الثاني عشر)، لبنان: دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، 1993 ، ط 2 ، ص 223
2. ابن خلدون عبد الرحمان : المقدمة ، بيروت: دار صادر، ط 12000
3. السيد احمد مصطفى : البحث العلمي مفهومه واجراءاته ومناهجه ، ط 1 ، منشورات جامعة قارينيوس ، بنغازي ، 1994 .
4. احمد مطلوب : معجم الملابس في لبنان العرب ، بيروت ، مكتبة لبنان الناشر ، ط 1 ، 1995 .
5. بو علي نصير: اثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، معهد الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2002-2003
6. ثريا نصر : تاريخ ازياء الشعوب ، عالم الكتاب ، 1998 ، ص 13
7. حاتم الكعبي : القيم والعادات الاجتماعية ، دار الحداثة للطباعة والنشر ، لبنان
8. حازم الببلاوي : علم المستقبل علي ابواب عصر جديد ، دار الشروق ، ط 2 ، 1989
9. دينكن ميتشيل : معجم علم الاجتماع ، ترجمة (إحسان محمد الحسن)، بيروت، دار الطليعة، ط 1981.
10. رجاء وحيد الدويري : البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العلمية ، ط 1، دار الفكر دمشق ، 2000 .
11. عبد الحميد محمد الهاشمي : المرشد في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات، الجزائر الجامعية ، ط 2 ، 1984 .
12. عبد الله عامر الهمالي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات جامعة قارينيوس، بنغازي. 1988 ، ص 88
13. عطية عاطف: المجتمع الدين والتقاليد) بحث في إشكالية العلاقة بين الثقافة والدين والسياسة) ، لبنان، طرابلس: منشورات جروس برس .
14. علية عابدين : دراسات سيكولوجية الملابس ، مدينة نصر ، دار الفكر العربي ، ط 1 ، 1996 .
15. غسان منير سنو: القيم والمجتمع(نظام القيم السائدة عند طلبة الدراسات الشرعية في بيروت) ، بيروت: دار صادر 1997 .

16. موريس أنجريس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** (تدريبات عملية). ترجمة(بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون)، إشراف ومراجعة مصطفى ماضي، الجزائر: دار القصة، 2004 ، ص 206
17. فايزة أنور احمد شكري : **القيم الأخلاقية بين الفلسفة والعلم** . دار المعرفة الجامعية : 2002 .
18. فوزية دياب: **القيم والعادات الاجتماعية**. بيروت : دار النهضة العربية لطباعة والنشر ، ط 2 . 1980 .
19. محمد بن جرير الطبري: **جامع البيان في تفسير القرآن**. لبنان: دار المعرفة .
20. ولد موسى حسينة : **ظاهرة الموضة(دراسة حالة اللباس النسوي)** (رسالة 2000-ماجستير غير منشورة)، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 1999 .

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

1. ARON Raymond, Les étapes de la pensée sociologique, Gallimard 1967
2. DE COSTER Michel, Sociologie de la liberté, Paris : Bruxelles, De Boeck & Larcier s.a, 1996
3. Dozy. R, Dictionnaire détaillé des noms des vêtements chez les arabes, Bierut , Librairie du Liban – Riad solh squar.
4. GUILLOU Jacques, La rue, lieu de sociabilité ? (rencontres de le rue). Publications de l'université de Rouen, 1997.
5. LAHBABI Mohamed Aziz, Le monde de demain (le tiers-monde accuse). Maroc : Casablanca, Dar –el–kitab,1980

الملاحق

استمارة البحث

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

قسم علوم اجتماعية

دليل المقابلة بحث بعنوان :

ظاهرة الاهتمام باللباس لدي الشباب الجامعي

دراسة ميدانية بجامعة ورقلة

نحن طلبة معهد علم الاجتماع، بصدد انجاز مذكرة ماستر، تحت عنوان ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي. نتقدم إليكم بهذه الاستمارة قصد مساعدتكم لنا في بحثنا، ذلك من خلال الإجابة على الأسئلة المطروحة والتي نرجوا أن تكون واضحة، ونتعهد لكم أن المعلومات التي سوف نتحصل عليها لا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي .

البيانات الشخصية :

الجنس : انثي ذكر

السن :

25 - 20

30 - 26

35 - 31

تخصص :

المستوي المعيشي :

مرتفع متوسط منخفض

التنظيم العائلي :

ممتدة شبه نووية نووية

اسئلة الفرضية الاولى : اهتمام الطلبة باللباس من اجل لفت إعجاب وانتباه الآخرين.

(1) ما هو رأيك في المثل " كول واش يعجبك والبس واش يعجب الناس " .

موافق مع المثل

معارض مع المثل احيانا

يعملون به

(2) ماهي دوافع شراء اللباس عندك :

جلب الانتباه واعجاب الاخرين

حماية الجسم

ستر عورة

(3) من اجل من او ماذا ترتدي اللباس

نفسي

الاخرين

نفسي والاخرين

(4) من هم الاشخاص الذين تستشيرهم عند الشراء .

العائلة والاصدقاء لا احد " نفسي"

(5) هل عائلتك راضية بلباسك

راضية غير راضية احيانا غير راضية

(6) علي اي اساس تختار اصدقائك

الاخلاق

الحاجة

المظهر

الدين

المستوي الدراسي

اسئلة الفرضية الثانية : وسائل الإعلام ودورها في نشر ثقافة اللباس.

1) ماهي اهم القنوات والبرامج التلفزيونية التي تشاهدها :

القنوات الغربية

القنوات العربية

القنوات الوطنية

كل القنوات

2) ماهي اهم البرامج التلفزيونية المفضلة بالنسبة لك ؟!

اخبار افلام موسيقي وثائقي

3) في رأيك ماهي أسباب تقليد الطلبة للغرب في لباسهم. ؟!

تأثير وسائل الاعلام

لتعبير عن الانتماء

مسايرة العصر

للفت الانتباه

4) ما هو رأيك حول اللباس المحلي :

جيدة غير مقبولة هناك الجيدة وهناك الغير المقبولة

5) هل تتردد علي مواقع الانترنت :

دائما احيانا نادر

6) ماذا تطالع؟

كتب مجلات جرائد

اسئلة الفرضية الثالثة : الموضة وتأثيرها على اهتمام الطلبة باللباس

1) ما هو نوع اللباس المفضل لديك؟

العادي مسابير للموضة المحترم

الذي يتماشى مع الدين

2) " الموضة " ماذا تعني لك؟

عادي جديد الاناقة وللفت الانتباه تجارة شيء مضر

3) ما هو رأيك حول مظهرك؟

اسئلة الفرضية الرابعة : الإمكانيات المادية وتأثيرها على اختيارات الطلبة للباس.

1) ما هو مصدر نقودك لشراء الملابس :

العمل الوالدين المنحة المدرسية

2) ما مدى مساعدة العائلة المادية لشراء الملابس :

دائما حيانا نادرا

3) ماهي القيمة التي تخصصها لشراء ملابسك :

1000 - 10000

11000 - 20000

21000 - 30000

4) ماهي المناسبات التي تشتري فيها الملابس :

الدخول الجامعي فصليا عند توفر المال

