



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بابل /كلية الآداب/قسم الإعلام

((دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الموضة))

بحث تخرج أعدته الطالبة

آمنة محمد محي داود

مقدم إلى مجلس قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة بابل كجزء من متطلبات
الحصول على شهادته بكالوريوس آداب في الإعلام .

بإشراف

الدكتور عبد العظيم كامل الجميلي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾

صدق الله العظيم

[البقرة: ٣٢]

الإهداء

بكل الحب ..

الى الشمعتين اللتين انارتا لي درب نجاحي ..

أمي وأبي

والى الأم الأكبر لي في حياتي جدتي

واخيراً الى الذين وقفوا معي يتأملون نجاحي ..

اهدي هذا الجهد المتواضع لكم ..

الشكر والتقدير

بعد الحمد والشكر لله رب العالمين الذي منّ علي بفضلته وكرمه والصلاه والسلام على الصادق الأمين محمد (صل الله عليه واله وسلم) واله بيته الطيبين الطاهرين وانطلاقاً من قوله صلى الله عليه واله وسلم: (من لا يشكر الناس لا يشكر الله) وفي مستهل هذا البحث وعرفاناً من الجميل اتقدم بجزيل شكري وفائق تقديري الى أساتذتي الأفاضل في قسم الإعلام والايخى بالذكر منهم الدكتور عبد العظيم الجميلي الذي تكرم وأشرف على هذا البحث بكل مسؤوليه وفي تسهيل مهمه البحث وانضاج تجربته البحث العلمي .

المقدمة

أنعم الله علينا في العصر الحاضر بوسائل التواصل الحديثه التي سهلت لنا نقل المعلومات والافكار والتواصل بين الناس .

فأصبحت بذلك من لوازم الحياة يتقنها الكبير والصغير والغني والفقير حتى باتت للإنسان جليساً وانيساً بلا منازع ف(الفيس بوك والانستغرام وتويتروغيرها) مصطلحات نسمعها تتردد على ألسنه الجميع في كل لحظه فلم يعد هناك زمان او مكان محدد لإستخدام هذه الوسائل الحديثه ..

وفي هذا الإطار تأتي هذه الاوراق البحثيه محاوله إلقاء الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الموضه ومدى تأثيرها على طالبات الجامعه وماهي طبيعه التعرض لمواقع التواصل الإجتماعي .

المبحث الأول : الإطار المنهجي

١. مشكلة البحث : تتحدد مشكله البحث عن بالتساؤلات الآتية :

- ما طبيعة التعرض لموضوعات الموضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة الموضه ؟
- ما أفضليه التعرض للنوع الفني لموضوعات الموضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما اهمية التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي التي تهتم بموضوعات الموضه ؟

٢. الاهداف: تتمثل اهداف البحث بما يأتي:

- ما رأي المبحوثين بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق الموضه ؟
- تسليط الضوء ع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الموضه .
- التعريف برأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق الموضه.
- تشخيص أفضليه التعرض للنوع الفني لموضوعات الموضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- ايضاح طبيعة التعرض لموضوعات الموضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- التعريف بأهمية التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي التي تهتم لموضوعات الموضه .

٣. فرضيات البحث :

- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق لثقافة الموضه .
 - تسهم التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة الموضه لطالبات الجامعات.
٤. المنهج والأداة : ينتمي هذا البحث الى البحوث الوصفية، وقد استعانت الباحثة بالمنهج المسحي للإجابة عن تساؤلات مشكلة البحث وأهدافه ، وتم بناء استبيان مكون من اربعة محاور : المحور الأول عن البيانات الأولية، والمحور الثاني خصص للتعرض ،وتضمن (٦) فقرات ، اما المحور الثالث تضمن رأي المبحوثين ببعض العبارات التي تحدد دور مواقع التواصل الاجتماعي بتسويق الموضه،فيما خصص المحور الرابع لمقياس ثلاثي عن دور تعرض مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الموضه في الوسط الجامعي وتضمن (٢٢) فقرة .

٥. مجتمع البحث والعينة: تمثل مجتمع البحث بالطالبات في الوسط الجامعي اللواتي

يتعرضن الى مواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على موضوعات الموضه .
وقد اختارت الباحثة كلية الآداب بقسمي الإعلام والاجتماع، وتمثل عينة البحث بعينة (الحصر الشامل)،حيث وزعت الاستبانة على كل الطالبات وبكافة المراحل لهذين القسمي ،وقد بلغت عينة البحث (١٦٠) طالبة.

٦. مجالات البحث : تمثلت بما يأتي:

•المجال الموضوعي: يتحدد بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الموضه .

•المجال البشري: تمثل بطالبات كلية الآداب بقسميها الإعلام والاجتماع .

● **المجال الزمني:** تحدد بالفترة الزمنية لتوزيع الاستبانة وجمع الردود وتحليلها (من ١٠ مارس الى ٦/مايو ٢٠٢٢).

٧. الدراسات السابقة:

- دراسة (القيوي، سمير، صليحة، ٢٠٢١): هدفت إلى التعرف على دور العولمة الثقافية في تشكيل أذواق الشباب الجامعي الجزائري بجامعة جيجل، واستخدم المنهج الوصفي، واداة الدراسة استبانة وزعت على عينة قصدية من طلبة قسم الإعلام، وتوصلت أن لوسائل العولمة دور كبير في إعادة تشكيل أذواق الشباب وفق الموضة التي يروج لها صناع الثقافة في الدول الغربية.

٨. تحديد المصطلحات:

● مواقع التواصل الاجتماعي

: أنها وسائل تواصل والتي من خلالها ينشئ المستخدم حساب يمكنه من التواصل عبر شبكة الإنترنت مع غيره من الأشخاص إلكترونياً؛ لمشاركة المعلومات والأفكار والآراء والرسائل وغيرها من المحتوى المكتوب والمرئي والصوتي والملفات.. ومن أمثلة هذه المنصات Facebook و Twitter و Snapchat و WhatsApp و Instagram .

● الموضة :

- شكل من أشكال حرية التعبير، لا يقتصر الأمر على الملابس فقط، بل يشمل أيضاً الإكسسوارات وتسريحات الشعر والجمال وفن الجسم، ما نرتديه وكيف ومتى نرتديه (ar.tdtube.net ,20-5-2022).

- الموضة هي نمط شعبي أو ممارسة، تمس خصوصاً الملابس والأحذية والعطور والأكسسوارات والزينة أو الأثاث. في كثير من الأحيان، الموضة هي اتجاه مميز واعتيادي في النمط لباس شخص. ولأن المصطلح أكثر تقنية، فغالبا ما يرتبط مصطلح "الموضة" بالألبسة وتصاميمها. يستعمل مصطلح الموضة أيضا في ميادين أخرى مثل العمارة، التصميم الداخلي، هندسة المناظر والديكور وغيرها. (20-5-2022, ar.wikipedia)

المبحث الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي الموضة

اولاً: التسويق الموضة :

أثرت وسائل التواصل الاجتماعي كثيراً على أذواقنا وعلى الموضة بشكل عام.. فبعد أن كانت الموضة لها مواسم أربعة تجري وراء أبواب مغلقة لا يدخلها سوى النخبة ، أصبحت مفتوحة للعالم ٢٤ ساعة في اليوم وكل يوم، فعندما تفتح صفحة "إنستغرام او فيس بوك " تهاجمك صورة آخر خطوط الموضة ومنتجات لتثير الانتباه .

تبدلت معالم الموضة في السنوات الأخيرة مع التطور الذي طرأ على العالم أجمع لا سيّما مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ، إذ بات كل ما يتعلّق بالموضة متاحاً للجميع، كذلك لم تعد الموضة تقتصر على العواصم العالمية فقط ، بل امتدت لتنتشر في كلّ أنحاء العالم .

اعتبر موقع إنستغرام محرّكاً أساسياً لتسليط الضوء على الهوة الموجودة بين الموضة المترفة والموضة السريعة أو Fast Fashion، وهو عاملٌ أساسيٌّ ساهم في تغيير المشهد.

وسهّلت مواقع التواصل الاجتماعيّ عمليّة الاطّلاع على آخر مستجدّات الموضة ،من صيحات وأخبار، كما أصبحت سبيلاً أساسياً للتسوّق الإلكترونيّ وفتحت آفاقاً جديدة للمستقبل.

قديمًا، كانت الموضة حكراً على الطبقات النخبويّة، التي كانت تملك القدرة الشرائيّة؛ لاختيار ما تقدّمه الدور الكبرى من صيحات وتصاميم ، كذلك لم يكن من الممكن رؤية عروض أسابيع الموضة إلّا بعد نشرها في المجلات ، أمّا اليوم فأصبح من الممكن اكتشاف الصيحات بالتزامن مع ظهورها في أسابيع الموضة من خلال مواقع التواصل الاجتماعيّ مثل إنستغرام.

تلعب مدوّنات الموضة دوراً مؤثراً على طلبات واحتياجات متابعيهم؛ إذ بات هؤلاء يبذلون قصارى جهودهم للوصول إلى مبتغاهم.

بدأت تظهر هذه الموجة بالتزامن مع ظهور موقع إنستغرام الذي سلّط الأضواء بشكل مباشر وتبدّلت المعادلة ليصبح موقعاً لجني الأموال!

كيارا فيراجني (Chiara Ferragni) هي واحدة من هؤلاء المدوّنات بدأت مدوّنتها في العام ٢٠٠٩ وتحولت من هاوية إلى شخصيّة معروفة تملك دارها الخاصّة.(الشيخ ٢٩، ٢٠١٨/٨).

في قسم عالم الموضة ضمن كل عرض ازياء تجد بعض الافكار الغربية جدا والخارجة عن المألوف ، وبعض عروض الازياء تكون بالكامل غريبة وغير تقليدية.

فما الهدف من هذه العروض؟ الهدف هو الاعلام؛ فالكثير من الفساتين التي تظهر في عروض الازياء يكون الهدف منها هو الدعاية والانتشار، أحد الاسباب هو للاستلها من ااحقا في تصميم تشكيات الملابس التي تلائم السوق وفي نفس الوقت مبتكرة وحديثة.

لكن يوجد سبب اخر هو استدراج وسائل الاعلام للكتابة عن هذه الافكار وعرضها على وسائل الاعلام المختلفة فعليا ، وتقوم بيوت الموضة بتقديم هذه الفساتين لكي يتم تصويرها والكتابة عنها في المجالات وعلى مواقع الانترنت . (الشيخ ، ١٨-٣-٢٠١٦)

ثانيا: سلبيات وايجابيات الموضة:

- **سلبيات الموضة:** تكون اضرار الموضة في اغلب الاحيان اضرار اجتماعية وتظهر نتيجة لجوء الكثير الى الموضة الغربية ويعتمدوها ويتابعون جديدها وذلك لانهم لايجود الموضه النابعه من ثقافتهم والتي تناسب احتياجاتهم ولكن مع مرور الوقت من الطبيعي ان يتغير هذا وتظهر اشكال من الموضه التي تراعي احتياجات المجتمع فالنتيجة الطبيعية لمدى اهمية الموضة لأي مجتمع
 - تفرضه على هذا المجتمع ان يهتم بها ويسعى اليها ..وإتباع الغريب من خطوط الموضة من ارتداء الملابس غير الملامة أو قصات الشعر الغربية يساهم في مطهر غير لائق والابتعاد عن الأناقة التي هي أساس الموضة.
 - **ايجابيات الموضة:** يمكن أن تكون الموضة أيضًا جزءًا من ثقافة الناس، كما إنها تساعد الناس على إظهار ما يمثلون ويمكنه أيضًا المساعدة في اختيارهم للموضة، وأنها أكثر من مجرد هواية أو اهتمام بالنسبة للبعض، إنها طريقة حياة ، وأحد أكثر أشكال التعبير ضمانًا ، وعليك أن تختار كيفية استخدامها وماذا تريد أن تفعل بها.
- (feedo,20-5-2022)

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية

(دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الموضة لدى طالبات جامعة بابل)

الإطار العملي:

اولاً: البيانات الاولية

جدول رقم (١) مستوى الدخل

| مستوى الدخل | التكرار والنسبة المئوية | الترتيب |
|-------------|-------------------------|---------|
| مرتفع | ٦ (٣.٨%) | ٤ |
| جيد | ٥٥ (٣٤.٤%) | ٢ |
| متوسط | ٧٥ (٤٦.٩%) | ١ |
| مقبول | ٢٢ (١٣.٨%) | ٣ |
| ضعيف | ٢ (١.٢%) | ٥ |

يوضح الجدول رقم (١) اعلاه ان مستوى الدخل المتوسط هو الاول بواقع تكرار (٧٥) ونسبه مئويه (٤٦.٩%)

وحصلت فئه اصحاب الدخل الجيد على المرتبه الثانيه بواقع (٥٥) تكرار و(٣٤.٤%) نسبه مئويه

وكانت نسبه فئه المستوى مقبول بالمرتبه الثالثه بواقع تكرار (٢٢) ونسبه مئويه (١٣.٤%)

ونالت الفئه ذات المستوى مقبول بالمرتبه الرابعه بواقع تكرار (٦) ونسبه مئويه (٣.٨%)

فيما ان فئه المستوى الضعيف بالمرتبه الاخيريه بواقع تكرار (٢) ونسبه مئويه (١.٢%) ..

جدول رقم (٢) السكن

| السكن | التكرار | النسبه المئويه | الترتيب |
|---------------|---------|----------------|---------|
| مركز المحافظه | ٧٦ | ٤٧.٥% | ١ |
| احدى الاقضييه | ٥١ | ٣١.٩% | ٢ |
| ناحيه | ٣٣ | ٢٠.٦% | ٣ |

يوضح الجدول اعلاه ان مركز المحافظه هو المرتبه الاولى بواقع تكرار (٧٦) ونسبه مئويه (٤٧.٥%)

وكانت نسبه احدى الاقضييه بالمرتبه الثانيه بواقع (٥١) تكرار ونسبه مئويه (٣١.٩%)

فيما ان الاخيريه الناحيه بالمرتبه الثالثه بواقع (٣٣) تكرار ونسبه مئويه (٢٠.٦%)

جدول (٣) خدمه الانترنت

| الترتيب | النسبه المئويه | التكرار | خدمه الانترنت |
|---------|----------------|---------|----------------------|
| ١ | ٩٦.٩% | ١٥٥ | اشترك بالمنزل |
| ٢ | ٣.١% | ٥ | اشترك بموبايلي الخاص |
| ٣ | لا يوجد | لا يوجد | غير متوفره |

يبين الجدول اعلاه بان فئه مستخدمي الاشتراك بالمنزل بالمرتبته الاولى بواقع (١٥٥) تكرار ونسبه مئويه (٩٦.٩) .

فيما حصلت فئه مستخدمي اشترك بموبايلي الخاص بالمرتبته الثانيه بواقع (٥) تكرار و ونسبه مئويه (٣.١)

والاخير غير متوفره بالمرتبته الثالثه بواقع تكرار (٥) ونسبه مئويه (٥)

ثانياً: التعرض

جدول (١) أفضلية التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي التي تهتم بموضوعات الموضه ..

| الترتيب | النسبه المئويه | التكرار | البرامج |
|---------|----------------|---------|------------|
| ٢ | (١٨.٨%) | ٣٠ | الفييس بوك |
| ١ | (٧٤.٤%) | ١١٩ | الانستغرام |
| ٣ | (٤.٤%) | ٧ | يوتيوب |
| ٥ | (٠.٦%) | ١ | تويتر |
| ٤ | (١.٩%) | ٣ | اخرى |

يبين الجدول اعلاه ان منصة الأنستغرام هي المفضله للعينه المستخدمه لتعرض لموضوعات الموضه بواقع تكرار (١١٩) بنسبه مئويه (٧٤.٤)

ونالت منصة الفييس بوك المرتبه الثانيه بواقع تكرار (٣٠) ونسبه مئويه (١٨.٨)

فيما كانت منصة اليوتيوب لدى العينه بالمرتبته الثالثه بواقع (٧) تكرار ونسبه مئويه (٤.٤)

ونالت منصات اخرى المرتبه الرابعه بواقع تكرار (١) ونسبه مئويه (٠.٦)

وجائت بالمرتبته الاخيريه منصة تويتر بواقع تكرار (٣) ونسبه مئويه (١.٩)

مجموع التكرار (١٦٠) وذلك لان العينه المستخدمه تفضل اكثر من منصة للتعرض لمواضيع الموضه ..

جدول رقم (٢) افضليه التعرض لموضوعات الموضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي ..

| موضوعات الموضه | التكرار | النسبه المئويه | الترتيب |
|----------------|---------|----------------|---------|
| الملابس | ١٠٢ | (%٦٤.٦) | ١ |
| الاكسسوارات | ٧ | (%٤.٤) | ٥ |
| قصات الشعر | ٨ | (%٥.١) | ٤ |
| المكياج | ٩ | (%٥.٧) | ٣ |
| طريقه التحدث | ١٥ | (%٩.٥) | ٢ |

يبين الجدول اعلاه ان الملابس احتلت المرتبه الاولى بواقع تكرار (١٠٢) ونسبه (%٦٣.٦)

فيما كانت طريقه التحدث بالمرتبه الثانيه بواقع تكرار (١٥) ونسبه مئويه (%٩.٥)

ونال المكياج المرتبه الثالثه بواقع تكرار (٩) ونسبه مئويه (%٥.٧)

وجاءت الاكسسوارات بالمرتبه الرابعه بواقع تكرار(٨) بنسبه مئويه(%٥.١)

اما المرتبه الاخير ه الاكسسوارات بالمرتبه الخامسه بواقع تكرار (٧) ونسبه مئويه (%٤.٤)

جدول رقم (٣) طبيعة التعرض لموضوعات الموضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| طبيعه التعرض | التكرار | النسبه المئويه | الترتيب |
|--------------|---------|----------------|---------|
| بمفردى | ٨٥ | (%٥٣.١) | ١ |
| مع الاصدقاء | ٤٦ | (%٢٨.٧) | ٢ |
| مع العائله | ٢٩ | (%١٨.١) | ٣ |

تشير بيانات الجدول اعلاه الى ان اغلب المبحوثين يفضلون التعرض لموضوعات مهارات التواصل بشكل مفرد وذلك لأحتلال شكل التعرض بمفردى المرتبه الأولى بواقع (٨٥) تكرار ونسبه مئويه (%٥٣.١)

فيما نال التعرض مع الاصدقاء النرتبه الثانيه بواقع تكرار (٤٦) ونسبه مئويه (%٢٨.٧)

وجاء في المرتبه الثالثه والاخير ه شكل التعرض مع العائله بواقع تكرار (٢٩) ونسبه مئويه (%١٨.١) ..

جدول رقم (٤) افضليه التعرض للنوع الفني لموضوعات الموضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| النوع الفني | التكرار | النسبه المئويه | الترتيب |
|--------------|---------|----------------|---------|
| اخبار | ١٥ | (%٩.٤) | ٣ |
| تقارير | ٥ | (%٣.١) | ٥ |
| صور | ٧٠ | (%٤٣.٨) | ١ |
| مقاطع فيديو | ٥٩ | (%٣٦.٩) | ٢ |
| برامج متخصصه | ١١ | (%٦.٩) | ٤ |

في الجدول اعلاه تحتل الصور المرتبه الاولى كأفضل شكل في التعرض للموضه بواقع ت(٧٠) تكرار و بنسبه مؤويه (٤٣.٨%)

ثم يليها على شكل مقاطع فيديو بالمرتبه الثانيه بواقع تكرار (٥٩) ونسبه مؤويه (٣٦.٩%)
وكذلك نال شكل تعرض ك(خبر) المرتبه الثالثه بواقع تكرار (١٥) ونسبه مؤويه (٩.٤%)
فيما حصل البرامج المتخصصه على المرتبه الرابعه بواقع تكرار (١١) ونسبه مؤويه (٦.٩%)
وان الاخيره على شكل تقارير بالمرتبه الخامسه بواقع تكرار (٥) ونسبه مؤويه (٣.١%)
.. يفضل المبحوثين التعرض لموضوعات الموضه من خلال العديد من الاشكال الرقيه مما
يجعل عدد التكرارات (١٦٠) .

جدول رقم (٥) طبيعه تأثير موضوعات الموضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي على ثقافه الموضه

| التأثير | التكرار | النسبه المئويه | الترتيب |
|------------|---------|----------------|---------|
| بشكل كبير | ٣٨ | (٢٣.٨%) | ٣ |
| بشكل متوسط | ٧٦ | (٤٧.٥%) | ١ |
| بشكل محدود | ٤٦ | (٢٨.٧%) | ٢ |

يبين الجدول اعلاه طبيعه التأثير بما يتعلق بثقافه الموضه حيث حصل بشكل متوسط على المرتبه الاولى بواقع (٧٦) تكرار ونسبه مؤويه (٤٧.٥%)

يليها التأثير بشكل محدود بواقع (٤٦) بنسبه مؤويه (٢٨.٧%)

اما المرتبه الاخيره كانت التأثير بشكل كبير في المرتبه الثالثه بواقع (٣٨) تكرار ونسبه مؤويه (٢٣.٨%) ليكون مجموع التكرارات (١٦٠) ..

ثالثا: حدد موقفك من العبارات التي توضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق الموضة..
جدول رقم (١) موقف المبحوثين من العبارات التي توضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق الموضة

| المرتبة | النسبة المئوية | التأثير | اتجاه العينة | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | غير موافق | محايد | موافق | الفقرات |
|---------|----------------|---------|--------------|-------------------|---------------|-----------|-------|-------|--------------|
| الاولى | ٨٥ | مرتفع | موافق | ٠,٥٩ | ٢,٥٥ | ٨ | ٥٦ | ٩٥ | ١ |
| الثالثة | ٧٩,٦٧ | مرتفع | موافق | ٠,٦٨ | ٢,٣٩ | ١٨ | ٥٩ | ٨٠ | ٢ |
| الثامنة | ٦٦,٣٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٩ | ١,٩٩ | ٥٠ | ٦٠ | ٤٨ | ٣ |
| الخامسة | ٧٦,٦٧ | متوسط | محايد | ٠,٧ | ٢,٣ | ٢٢ | ٦٤ | ٦٩ | ٤ |
| السادسة | ٧١,٦٧ | متوسط | محايد | ٠,٧٥ | ٢,١٥ | ٣٧ | ٦٠ | ٦١ | ٥ |
| الثانية | ٨١ | مرتفع | موافق | ٠,٦٨ | ٢,٤٣ | ١٧ | ٥٦ | ٨٦ | ٦ |
| التاسعة | ٦٨ | متوسط | محايد | ٠,٨ | ٢,٠٤ | ٤٧ | ٥٦ | ٥٣ | ٧ |
| التاسعة | ٦٨ | متوسط | محايد | ٠,٧٩ | ٢,٠٤ | ٤٦ | ٥٩ | ٥٣ | ٨ |
| الرابعة | ٧٧,٣٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٣ | ٢,٣٢ | ٢٥ | ٥٦ | ٧٦ | ٩ |
| السابعة | ٦٨,٦٧ | متوسط | محايد | ٠,٧٧ | ٢,٠٨ | ٤٣ | ٦٣ | ٥٢ | ١٠ |
| الخامسة | ٧٤,٣٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٩ | ٢,٢٣ | ٣٥ | ٥٠ | ٧١ | ١١ |
| | ٧٤,٣٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٦ | ٢,٢٢٣ | | | | اتجاه العينة |

١_ حصلت الفقرة (تؤكد على اهمية الموضة في حياة الفتيات) على متوسط حسابي (٢.٥٥) وانحراف معياري (٠.٥٩) ونسبه مئوية (٨٥%) باعلى مرتبه .. وكان اتجاه العينة (موافق) مما يدل على ان التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي يسهم في تسويق الموضة

٢_ وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (تنشر اخر صيحات الموضة) على (٢.٣٨) وانحراف معياري (٠.٦٨) ونسبه مئوية (٧٩.٦٧%) على المرتبه الثالثه وكان اتجاه العينه نحو (موافق) مما يدل على ان التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ناجح في تسويق الموضة للمبحوثين ..

٣_ حصلت الفقرة (تروج للموضة الغربية) بالمرتبه الثامنه على متوسط حسابي (١.٩٩) وانحراف معياري (٠.٧٩) ونسبه مئوية (٦٦.٣٣%) حيث ان اتجاه العينه نحو (محايد) مما يدل ع ان التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي غير واضح في موقف المبحوثين من تسويق الموضة ..

٤_ حصلت الفقرة (عززت فكره ضروره متابعه صيحات الموضة) بالمرتبه الخامسه على متوسط حسابي (٢.٣) وانحراف معياري (٠.٧) ونسبه مئوية (٧٦.٦٧%) حيث ان اتجاه العينه نحو محايد مما يدل ع ان التعرض لمواقع التواصل ذات اثر غير واضح في تعزيز ثقافه الموضة ..

٥_ بلغ المتوسط الحسابي للفقره (سعت الى تعزيز القناعه لدى الفتيات جذب الاخرين عن طريق الموضه) على (٢.١٥) وانحراف معياري على (٠.٧٥) وبنسبه مؤويه (٧١.٦٧%) في المرتبه السادسه وكان اتجاه العينه (محايد) مما يدل ع حياديته التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق الموضه ..

٦_ حصلت الفقره (جعلت الفتيات يفتنن اكثر من موديل فيزكل موضه تظهر) على متوسط حسابي (٢.٤٣) وانحراف معياري (٠.٦٨) وبنسبه مؤويه (٨١) في المرتبه الثانيه حيث ان اتجاه العينه نحو (موافق) مما يدل على ان التعرض دور في مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في تسويق الموضه ..

٧_ حصلت الفقره (روجت لفكره ان الموضه تفرض نفسها بالرغم من عدم القناعه) على متوسط حسابي (٢.٠٤) وانحراف معياري (٠.٨) وبنسبه مؤويه (٦٨%) بالمرتبه التاسعه حيث كان اتجاه العينه (محايد) مما يدل ع التعرض الغير واضح لمواقع التواصل الاجتماعي

٨_ بلغ المتوسط الحسابي للفقره (لم تراع رضا الاسره وقناعتها) ع (٢.٠٤) وانحراف معياري (٠.٧٩) ونسبه مؤويه (٦٨%) كما في الفقره السابقه بالمرتبه التاسعه والعينه باتجاه (محايد).

٩_ حصلت الفقره (عززت فكره استقلاليه الفتاه في انتقاء الموضه كجزء من الحريه الشخصيه) على متوسط حسابي (٢.٣٢) وانحراف معياري (٠.٧٣) ونسبه مؤويه (٧٧.٣٣%) بالمرتبه الرابعه وكان اتجاه العينه نحو (محايد)

١٠_ حصلت الفقره (جعلت من تجاري الموضه موضع سخريه وابتقاد) متوسط حسابي (٢.٠٨) وانحراف معياري (٠.٧٧) ونسبه مؤويه (٦٨.٦٧) ع المرتبه السابعه واتجاه العينه نحو (محايد) ..

١١_ حصلت الفقره الاخيريه (سعت الى تعزيز التصنع والمفاخره بالنفس اثناء الحديث مع الاخر) على متوسط حسابي (٢.٢٣) وانحراف معياري (٠.٧٩) ونسبه مؤويه (٧٤.٣٣%) بالمرتبه الخامسه وكان اتجاه العينه نحو (محايد)

بما ان المتوسط الحسابي لمجمل فقرات المقياس قد بلغ (٢.٢٢٣) وانحراف معياري (٠.٧٦) ونسبه مؤويه (٧٤.٣٣) فأن اتجاه العينه نحو (محايد) وبذلك يشير الى وجود علاقه غير واضحه فإن الباحثه ترفض الفرض الذي فرض في البحث وتقبل بالبدل ..

جدول رقم (٢) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الموضة في الوسط الجامعي

| المرتبة | النسبة المئوية | التأثير | اتجاه العينة | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | غير موافق | محايد | موافق | الفقرات |
|---------|----------------|---------|--------------|-------------------|---------------|-----------|-------|-------|--------------|
| | ٨٥ | مرتفع | موافق | ٠,٦٢ | ٢,٥٥ | ١١ | ٤٧ | ٩٧ | ١ |
| | ٧٢ | متوسط | محايد | ٠,٧٤ | ٢,١٦ | ٣٢ | ٦٨ | ٥٧ | ٢ |
| | ٦٨,٣٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٩ | ٢,٠٥ | ٤٤ | ٥٩ | ٥٢ | ٣ |
| | ٧٦,٣٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٥ | ٢,٢٩ | ٢٧ | ٥٤ | ٧٢ | ٤ |
| | ٨١,٦٧ | مرتفع | موافق | ٠,٧٤ | ٢,٤٥ | ٢٣ | ٤٠ | ٩٢ | ٥ |
| | ٥١ | منخفض | غير موافق | ٠,٧٤ | ١,٥٣ | ٩٦ | ٣٧ | ٢٣ | ٦ |
| | ٤٨ | منخفض | غير موافق | ٠,٧٢ | ١,٤٤ | ١١١ | ٢٥ | ٢٢ | ٧ |
| | ٤٧,٦٧ | منخفض | غير موافق | ٠,٦٦ | ١,٤٣ | ١٠٤ | ٣٧ | ١٥ | ٨ |
| | ٧٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٩ | ٢,١٩ | ٣٦ | ٥٤ | ٦٦ | ٩ |
| | ٨٥,٦٧ | مرتفع | موافق | ٠,٦٢ | ٢,٥٧ | ١١ | ٤٥ | ١٠٠ | ١٠ |
| | ٥٦,٣٣ | متوسط | محايد | ٠,٨ | ١,٦٩ | ٨٠ | ٤١ | ٣٣ | ١١ |
| | ٧٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٩ | ٢,١٩ | ٣٦ | ٥٣ | ٦٥ | ١٢ |
| | ٥٩ | متوسط | محايد | ٠,٨٣ | ١,٧٧ | ٧٥ | ٤١ | ٣٩ | ١٣ |
| | ٦٢,٦٧ | متوسط | محايد | ٠,٨٢ | ١,٨٨ | ٦٢ | ٤٧ | ٤٤ | ١٤ |
| | ٥٧,٦٧ | متوسط | محايد | ٠,٨ | ١,٧٣ | ٧٦ | ٤٣ | ٣٤ | ١٥ |
| | ٦٥,٦٧ | متوسط | محايد | ٠,٨٣ | ١,٩٧ | ٥٦ | ٤٨ | ٥١ | ١٦ |
| | ٦٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٩ | ١,٨٩ | ٥٩ | ٥٧ | ٤١ | ١٧ |
| | ٧٠ | متوسط | محايد | ٠,٨١ | ٢,١ | ٤٥ | ٥٢ | ٦٠ | ١٨ |
| | ٦١ | متوسط | محايد | ٠,٨٢ | ١,٨٣ | ٦٨ | ٤٧ | ٤١ | ١٩ |
| | ٥٢,٦٧ | منخفض | غير موافق | ٠,٦٩ | ١,٥٨ | ٨٣ | ٥٢ | ١٨ | ٢٠ |
| | ٥٩,٣٣ | متوسط | محايد | ٠,٧٧ | ١,٧٨ | ٦٦ | ٥٦ | ٣٢ | ٢١ |
| | ٥٠,٣٣ | منخفض | غير موافق | ٠,٧ | ١,٥١ | ٩٦ | ٤٢ | ١٩ | ٢٢ |
| | | | | | ٠,٤١ | | | | اتجاه العينة |

١_ حصلت الفقره (عززت معلوماتي عن اهميه الموضه للفتاه) على متوسط حسابي (٢.٥٥) وانحراف معياري (٠.٦٢) بنسبه مئويه (٨٥) فكان اتجاه العينه (موافق) مما يدل على التعرض لمواقع التواصل يسهم في تعزيز ثقافه الموضه لدى طالبات الجامعه..

٢_ حصلت الفقره (بينت لي ان مساييره الموضه هو جزء من ثقافه)على متوسط حسابي (٢.١٦) وانحراف معياري (٠.٧٤) ونسبه مؤويه (٧٢%) واتجاه العينه (محايد) مما يدل ع عدم وضوح التعرض لمواقع لتواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل ثقافه الموضه ..

٣_ بلغ المتوسط الحسابي للفقره (جعلتني ارغب كثيرا بالبنطلون) على (٢.٠٥) وانحراف معياري (٠.٧٩) ونسبه مؤويه (٨٦.٣٣%) فكان اتجاه العينه (محايد)

٤_ المتوسط الحسابي للفقره (جعلتني اميل الى ارتداء الجينز و التنوره) (٢.٢٩) وانحراف معياري (٠.٧٥) ونسبه مؤويه (٧٦.٣٣%) وكذلك اتجاه العينه نحو (محايد)

٥_ حصلت الفقره (عززت فناعتي بالملابس المحتشمه) على متوسط معياري (٢.٤٥) وانحراف معياري (٠.٧٤) ونسبه مؤويه (٨١.٦٧%) وكان اتجاه العينه (موافق) مما يدل على ان التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي يسهم في تعزيز ثقافه الموضه لدى طالبات الجامعه ..

٦_ بلغ المتوسط الحسابي للفقره (ولدت لي شعوراً بأن الموضه اهم من راحه جسمي) على (١.٥٣) وانحراف معياري (٠.٧٤) ونسبه مؤويه (٥١%) واتجاه العينه (غير موافق) مما يدل ع عدم وجود علاقه لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافه الموضه لدى طالبات الجامعه ..

٧_ حصلت الفقره (جعلتني اميل الى الملابس القصيره التي تبرز مفاتن جسمي) على متوسط حسابي (١.٤٤) وانحراف معياري (٠.٧٤) ونسبه مؤويه (٤٨%) واتجاه العينه كذلك غير موافق)

٨_ حصلت الفقره (اشعرتني بضروره التميز بمكياج صارخ) على متوسط حسابي (١.٤٣) وانحراف معياري (٠.٦٦) ونسبه مؤويه (٤٧.٦٧%) واتجاه العينه ايضا نحو (غير موافق) بمعنى لا توجد اي علاقه لمواقع التواصل بتعزيز ثقافه الموضه ..

٩_ بلغ المتوسط الحسابي للفقره (عززت من معلوماتي عن اهميه ادوات المكياج) على (٢.١٩) وانحراف معياري (٠.٧٩) ونسبه مؤويه (٧٣%) واتجاه العينه (محايد) اي وجود علاقه غير واضحه في اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافه الموضه لطالبات الجامعه ..

١٠_ حصلت الفقره (جعلتني اختار الالوان الهادئه لملايسي) على متوسط حسابي (٢.٥٧) وانحراف معياري (٠.٦٢) ونسبه مؤويه (٨٥.٦٧%) واتجاه العينه (موافق) مما يدل على ان التعرض لمواقع التواصل يسهم في تعزيز ثقافه الموضه لدى طالبات الجامعه ..

١١_ حصلت الفقره (جعلتني اميل الى الالوان الصارخه في ملايسي) على متوسط حسابي (١.٦٩) وانحراف معياري (٠.٨) ونسبه مؤويه (٥٦.٣٣%) واتجاه العينه نحو (محايد)

١٢_ بلغ المتوسط الحسابي للفقره (عززت رغبتني في التعرف ع اخر قصات الشعر) (٢.١٩) وانحراف معياري (٠.٧٩) ونسبه مؤويه (٧٣%) واتجاه العينه ايضا (محايد) ..

١٣_ حصلت الفقره (جعلتني اميل الى تقليد قصات شعر المشاهير) على متوسط حسابي (١.٧٧) وانحراف معياري (٠.٨٣) ونسبه مؤويه (٥٩%) واتجاه العينه (محايد)

- ١٤ _ حصلت الفقره (جعلتني اقتني اكسسوارات غريبه كثيرا) على متوسط حسابي (١.٨٨) وانحراف معياري (٠.٨٢) ونسبه مئوية (٦٢.٦٧%) واتجاه العينه (محايد)
- ١٥ _ حصلت الفقره (جعلتني ارغب بوضع عدسات لاصقه ملونه) على متوسط حسابي (١.٧٣) وانحراف معياري (٠.٨) ونسبه مئوية (٥٧.٦٧%) واتجاه العينه (محايد)
- ١٦ _ حصلت الفقره (جعلتني احب استخدام عطور مثيره) على متوسط حسابي (١.٧٣) وانحراف معياري (٠.٨٣) ونسبه مئوية (٦٥.٦٧%) واتجاه العينه (محايد)
- ١٧ _ حصلت الفقره (عززت من رغبتني في ملء حقيبته من مناشئ عالميه) على متوسط حسابي (١.٨٩) وانحراف معياري (٠.٧٩) ونسبه مئوية (٦٣%) واتجاه العينه (محايد)
- ١٨ _ بلغ متوسط حسابي (عززت من اهمية استخدام بعض المفردات الاجنبيه عند التحدث مع الاخرين) على (٢.١) وانحراف معياري (٠.٨١) ونسبه مئوية (٧٠%) واتجاه العينه (محايد)
- ١٩ _ حصلت الفقره (وسعت من معلوماتي عن اهميه عمليات التجميل لمظهري لمساييره (الموضه) على متوسط حسابي (١.٨٣) وانحراف معياري (٠.٨٢) ونسبه مئوية (٦١%) واتجاه العينه (محايد)
- ٢٠ _ حصلت الفقره (جعلت عمليات التجميل من اولوياتي للظهور بالمظهر المناسب) على متوسط حسابي (١.٥٨) وانحراف معياري (٠.٦٩) ونسبه مئوية (٥٢.٦٧%) واتجاه العينه (غير موافق) مما يدل ع عدم وجود علاقه لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافه الموضه لدى طالبات الجامعه ..
- ٢١ _ حصلت الفقره (عززت لدي الجراه استخدام مستحضرات التجميل امام الاخرين) على متوسط حسابي (١.٧٨) وانحراف معياري (٠.٧٧) ونسبه مئوية (٥٩.٣٣%) واتجاه العينه (محايد) مما يدل ع عدم وضوح التعرض لمواقع لتواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل ثقافه الموضه ..
- ٢٢ _ واخيراً حصلت الفقره (بينت لي اهميه اظهار الانوثه والمظهر الجذاب بالوشم (التاتو) الخارجي) على متوسط حسابي (١.٥١) وانحراف معياري (٠.٧) ونسبه مئوية (٥٠.٣٣%) واتجاه العينه (غير موافق) مما يدل ع عدم وجود علاقه لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافه الموضه لدى طالبات الجامعه ..

الخانمة

اولا: النتائج:

-سهلت مواقع التواصل الاجتماعيّ عمليّة الاطلاع على آخر مستجدّات الموضة من صيحات .

-أصبحت سبيلاً أساسياً للتسوّق الإلكترونيّ وفتحت آفاقاً جديدة للمستقبل .

-مواقع التواصل الاجتماعيّ اصبحت المرجع الأساسي للتعرف على أحدث الماركات والموضة الرائجة في العالم .

-الانستغرام والفييس بوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعيّ متابعة في مجال الموضة .

-اسهمت مواقع التواصل الاجتماعيّ في تعزيز ثقافه الموضه لدى طالبات الجامعه .

ثانيا: التوصيات:

-عمل المزيد من الدراسات المعمقة حول تأثير مواقع وشبكات التواصل الاجتماعيّ في الموضة على طالبات الجامعة .

-إجراء دراسات حول الاتجاهات التي تعكسها الموضة عبر مواقع التواصل الاجتماعيّ .

-التأكيد على الدور التثقيفي والتوعوي بأهمية وايجابيات ثقافه الموضه وتأثيرها بطالبات الجامعة عبر مواقع التواصل الاجتماعيّ .

-التعرض لمواقع التواصل الاجتماعيّ لتعزيز ثقافه الموضه لدى طالبات الجامعة .

-الابتعاد عن الموضة الغريبة في قصات الشعر والملابس وغيرها؛ لانها تعكس شخصية الفرد .

قائمة المصادر:

١. خالد الشيخ (٢٠١٨). نصائح الموضة. تم الإطلاع عليه ٢٠-٥-٢٠٢٢ :
<https://m.jamalouki.net>
٢. خالد الشيخ (٢٠١٦). أهميه تصميم الأزياء تم الاطلاع عليه ١٨ مارس
<https://www.fashionied.com/fashion-art/d٢٠١٦>
٣. wikipedia (٢٠٢٢). موضة . تم الاطلاع عليه في ٢٠-٥-
[/https://ar.wikipedia.org/wiki:٢٠٢٢](https://ar.wikipedia.org/wiki:٢٠٢٢)
٤. ar.tdtube (٢٠٢٢). تعريف الموضة وانواعها. تم الاطلاع عليه في ٢٠-٥-
<https://ar.tdtube.net/article/196812>
- ٥: لقريوي صليحة . لعرج سمير.(٢٠٢١). العولمة الثقافية وتشكل أذواق الشباب الجامعي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية ،المجلد(٥)،العدد (٣).